



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Carrera de Marketing

“Cambios en la preferencia de compra en la línea de cuidado personal, durante la declaratoria de estado de excepción en Ecuador en el marco de la pandemia por COVID – 19, en los habitantes de los cantones: Gualaceo, Paute, Guachapala, Sevilla De Oro, Sígsig, Girón, Santa Isabel, Nabón, Chordeleg, San Fernando, Azogues, Cañar, Déleg, Biblián, Tambo, Suscal, Limón, Gualaquiza, Sucúa, Méndez, Macas, San Juan Bosco, Logroño y Cuenca Rural.”

Trabajo de titulación previo a la obtención del

Título de Ingeniero en marketing.

Modalidad: Artículo académico

Autores:

Bravo Piedra María Isabel

CI: 0105199160

mariaisabelbravop@gmail.com

Macao Zambrano Joel Daniel

CI: 0105315097

dany_macao@hotmail.es

Director: Ing. Pablo Arturo González Loyola

CI. 0300926383

Cuenca – Ecuador

10-06-2021



Resumen

El artículo surge por el desconocimiento de los cambios en la preferencia de compra de los ecuatorianos a raíz de la pandemia por COVID-19, por ello, el objetivo principal de la investigación es evaluar las preferencias de compra en la línea de productos de cuidado personal en la población de diferentes cantones del Ecuador, a partir de la declaratoria de estado de excepción por COVID-19.

La metodología utilizada será mixta, cualitativa para la revisión bibliográfica y cuantitativa mediante la aplicación de pruebas estadísticas que evidencien la preferencia de los consumidores mediante las variables: marca presentación de productos y tipo de tienda. Para el contraste se analizarán datos diarios de las ventas antes y durante el estado de excepción de los productos de cuidado personal en los años 2018, 2019 y 2020.

Para ello se cuenta con la información de las ventas de una empresa distribuidora de productos de consumo masivo enfocada en la línea de cuidado personal, que tiene como principales puntos de venta tiendas y autoservicios en los cantones: Gualaceo, Paute, Guachapala, Sevilla de Oro, Sígfig, Girón, Santa Isabel, Nabón, Chordeleg, San Fernando, Azogues, Cañar, Déleg, Biblián, Tambo, Suscal, Limón, Gualaquiza, Sucúa, Méndez, Macas, San Juan Bosco, Logroño y Cuenca rural.

Mediante el desarrollo de la investigación se espera aportar información relevante sobre los cambios en la preferencia de consumo de productos de cuidado personal durante la pandemia, información que será relevante para la toma de decisiones para las distribuidoras de productos.

Palabras clave: Preferencia de compra. Marca. Presentación. Tipo de tienda



Abstract

The article arises from the ignorance of the changes in the purchase preference of Ecuadorians as a result of the COVID-19 pandemic, therefore, the main objective of this research is to evaluate the purchase preferences in the line of personal care products in the population of different cantons of Ecuador, from the declaration of a state of emergency for COVID-2019.

The methodology used will be mixed, qualitative for the bibliographic review and quantitative through the application of statistical tests that show the preference of consumers through the variables: brand, presentation of products and type of store. For the contrast, daily sales of personal care products data will be analyzed before and during the state of emergency in the years 2018, 2019 and 2020.

To carry out this study, information from the sales of a distribution company of mass consumer products focused on the personal care line will be used. This company has as main points of sale stores and self-services in the cantons: Gualaceo, Paute, Guachapala, Sevilla de Oro , Sígsig, Girón, Santa Isabel, Nabón, Chordeleg, San Fernando, Azogues, Cañar, Déleg, Biblián, Tambo, Suscal, Limón, Gualaquiza, Sucúa, Méndez, Macas, San Juan Bosco, Logroño and rural Cuenca.

Through the development of the research, it is expected to provide relevant information on the changes in the preference for consumption of personal care products during the pandemic, information that will be relevant for making decisions.

Key words: Purchase preference. Brand. Presentation of products. Type of store



Tabla de contenido

1. Introducción	11
2. Marco teórico.....	12
Hipótesis	16
3. Metodología y estrategia empírica	16
Instrumento	17
Prueba de hipótesis	19
4. Resultados	22
1. Contraste de hipótesis por marca de producto.....	22
1.1 Contraste de hipótesis de la Marca A en jabón.....	22
1.2 Contraste de hipótesis de la Marca B en jabón	24
1.3 Contraste de hipótesis de la marca A de shampoo	27
1.3 Contraste de hipótesis de la marca B de shampoo.....	29
2. Contraste de hipótesis por presentación	32
2.1 Contraste de hipótesis del tamaño pequeño de shampoo marca A.....	32
2.2 Contraste de hipótesis del tamaño mediano de shampoo marca A	34
2.3 Contraste de hipótesis del tamaño grande de shampoo marca A.....	37
2.4 Contraste de hipótesis del tamaño pequeño de shampoo marca B	39
2.5 Contraste de hipótesis del tamaño mediano de shampoo marca B	42
2.6 Contraste de hipótesis del tamaño grande de shampoo marca B	45
3. Contraste de hipótesis por tipo de tienda	47
3.1 Contraste de hipótesis de las ventas en tiendas de barrio	47
3.2 Contraste de hipótesis de las ventas en tiendas autoservicio	49
5. Discusión y conclusiones.....	52
6. Recomendaciones.....	54
Referencias bibliográficas	55
Anexos.....	56

INDICE DE TABLAS



Tabla 1. Roles en el proceso de compra	13
Tabla 2. Variables de investigación	18
Tabla 3. Descripción por marca de productos	18
Tabla 4. Descripción por presentación de productos	19
Tabla 5. Descripción por tipo de tienda	19
Tabla 6. Estadística descriptiva de las ventas de la marca A en jabón	22
Tabla 7. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca A de jabón	23
Tabla 8. Prueba t para la igualdad de medias del jabón marca A	23
Tabla 9. Estadística descriptiva de las ventas de la marca B en jabón	24
Tabla 10. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca B de jabón	25
Tabla 11. Prueba t para la igualdad de medias del jabón marca B	26
Tabla 12. Estadística descriptiva de las ventas de marca A en Shampoo	27
Tabla 13. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca A de Shampoo	28
Tabla 14. Prueba no paramétrica U de Mann-Whitney para shampoo marca A	28
Tabla 15. Estadística descriptiva de las ventas de la marca B de shampoo	29
Tabla 16. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca B de Shampoo	30
Tabla 17. Prueba t para la igualdad de medias del shampoo marca B	31
Tabla 18. Estadística descriptiva de las ventas de shampoo pequeño marca A	32
Tabla 19. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca A de Shampoo pequeño	33
Tabla 20. Prueba no paramétrica U de Mann-Whitney para shampoo marca A pequeño	33
Tabla 21. Estadística descriptiva de las ventas de shampoo marca A mediano	34
Tabla 22. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca A de Shampoo mediano	35
Tabla 23. Prueba no paramétrica U de Mann-Whitney para shampoo marca A mediano	36
Tabla 24. Estadísticas descriptivas de las ventas de shampoo marca A grande	37
Tabla 25. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca A de Shampoo grande	38
Tabla 26. Prueba t para la igualdad de medias del shampoo marca A grande	38
Tabla 27. Estadística descriptiva de las ventas de shampoo marca B pequeño	39
Tabla 28. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca B de Shampoo pequeño	40
Tabla 29. Prueba no paramétrica U de Mann-Whitney para shampoo marca B pequeño	41



Tabla 30. Estadística descriptiva de las ventas de shampoo marca B mediano	42
Tabla 31. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca B de Shampoo mediano	43
Tabla 32. Prueba no paramétrica U de Mann-Whitney para shampoo marca B mediano	44
Tabla 33. Estadística descriptiva de las ventas de shampoo marca B grande	45
Tabla 34. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca B de Shampoo mediano	45
Tabla 35. Prueba no paramétrica U de Mann-Whitney para shampoo marca B grande	46
Tabla 36. Estadística descriptiva de las ventas en tienda de barrio	47
Tabla 37. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de las ventas en tienda de barrio	48
Tabla 38. Prueba no paramétrica U de Mann-Whitney para las ventas en tiendas de barrio	49
Tabla 39. Estadística descriptiva de las ventas en tiendas de autoservicio	49
Tabla 40. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de las ventas en tiendas de autoservicio	50
Tabla 41. Prueba t para la igualdad de medias de las ventas en tiendas de autoservicio	51

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Ventas diarias de jabón marca A	24
Ilustración 2. Ventas diarias de jabón marca B	27
Ilustración 3. Ventas diarias del shampoo marca A	29
Ilustración 4. Ventas diarias del shampoo marca B	31
Ilustración 5. Ventas diarias de shampo marca A pequeño	34
Ilustración 6. Ventas diarias de shampoo marca A mediano	37
Ilustración 7. Ventas diarias de shampoo marca A grande	39
Ilustración 8. Ventas diarias de shampoo marca B pequeño	42
Ilustración 9. Ventas diarias de shampoo marca B mediano	44
Ilustración 10. Ventas diarias de shampo marca B grande	47
Ilustración 11. Ventas diarias en tiendas de barrio	49
Ilustración 12. Ventas diarias en tiendas de autoservicio	51

ANEXOS

Anexo 1. Decreto presidencial No 1017	56
Anexo 2. Preguntas de investigación y objetivos	66



Cláusula de propiedad intelectual

María Isabel Bravo Piedra, autora del trabajo de titulación “Cambios en la preferencia de compra en la línea de cuidado personal, durante la declaratoria de estado de excepción en Ecuador en el marco de la pandemia por COVID – 19, en los habitantes de los cantones: Gualaceo, Paute, Guachapala, Sevilla De Oro, Sígusig, Girón, Santa Isabel, Nabón, Chordeleg, San Fernando, Azogues, Cañar, Déleg, Biblián, Tambo, Suscal, Limón, Gualaquiza, Sucúa, Méndez, Macas, San Juan Bosco, Logroño y Cuenca Rural.” certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Cuenca, 10 de junio de 2021

María Isabel Bravo Piedra

C.I: 0105199160



Cláusula de propiedad intelectual

Joel Daniel Macao Zambrano, autor del trabajo de titulación “Cambios en la preferencia de compra en la línea de cuidado personal, durante la declaratoria de estado de excepción en Ecuador en el marco de la pandemia por COVID – 19, en los habitantes de los cantones: Gualaceo, Paute, Guachapala, Sevilla De Oro, Sígsig, Girón, Santa Isabel, Nabón, Chordeleg, San Fernando, Azogues, Cañar, Déleg, Biblián, Tambo, Suscal, Limón, Gualaquiza, Sucúa, Méndez, Macas, San Juan Bosco, Logroño y Cuenca Rural.” certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Cuenca, 10 de junio de 2021

Joel Daniel Macao Zambrano

C.I: 0105315097



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

María Isabel Bravo Piedra, en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “Cambios en la preferencia de compra en la línea de cuidado personal, durante la declaratoria de estado de excepción en Ecuador en el marco de la pandemia por COVID – 19, en los habitantes de los cantones: Gualaceo, Paute, Guachapala, Sevilla De Oro, Sígsig, Girón, Santa Isabel, Nabón, Chordeleg, San Fernando, Azogues, Cañar, Déleg, Biblián, Tambo, Suscal, Limón, Gualaquiza, Sucúa, Méndez, Macas, San Juan Bosco, Logroño y Cuenca Rural.”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 10 de junio de 2021

María Isabel Bravo Piedra

C.I: 0105199160



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Joel Daniel Macao Zambrano, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “Cambios en la preferencia de compra en la línea de cuidado personal, durante la declaratoria de estado de excepción en Ecuador en el marco de la pandemia por COVID – 19, en los habitantes de los cantones: Gualaceo, Paute, Guachapala, Sevilla De Oro, Sígsg, Girón, Santa Isabel, Nabón, Chordeleg, San Fernando, Azogues, Cañar, Déleg, Biblián, Tambo, Suscal, Limón, Gualaquiza, Sucúa, Méndez, Macas, San Juan Bosco, Logroño y Cuenca Rural.”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 10 de junio de 2021

Joel Daniel Macao Zambrano

C.I: 0105315097

1. Introducción

Como resultado de la pandemia del COVID-19, la sociedad ha cambiado, se han introducido nuevas prácticas sociales y formas de vivir, aún existe incertidumbre sobre el período de duración de la crisis sanitaria, en este contexto, los consumidores para suplir las necesidades optaron por nuevas iniciativas de compra. El estudio surge del desconocimiento de los cambios en la preferencia de compra de los ecuatorianos a raíz de la declaratoria de estado de excepción el 16 de marzo de 2020 mediante el decreto presidencial No 1017 en marco de la pandemia por COVID-19 (Anexo 1. Decreto presidencial No 1017).

Antes de la crisis sanitaria, las preferencias del consumidor ecuatoriano eran distintas al actual, esto lo comprueba Kantar (2018) al estudiar las preferencias del consumidor, donde el año 2018 fue un período económico positivo y se evidenció que el comprador estaba dispuesto a gastar un poco más. Durante el año 2018 las categorías de productos con menor peso en el gasto del hogar fueron aquellos con mayor crecimiento. Con respecto a los canales de compra, los ecuatorianos preferían adquirir en tiendas y supermercados, que satisfacen dos necesidades diferentes, por un lado, el supermercado ofrece mayor surtido, formas de pago y promociones, mientras que las tiendas ofrecen mayor cercanía y cobertura. A criterio de Murillo (2020) la mayoría de personas que compraban en cadenas de supermercados, cambiaron los hábitos acudiendo a las tiendas de abarrotes y tiendas de precios bajos.

Debido a la crisis sanitaria se notan cambios en los patrones de compra a nivel mundial. La agencia consultora EY en su estudio “La crisis del COVID –

19", menciona que los consumidores son más racionales al momento de gastar y endeudarse (Lozano, 2020).

Según IPSOS (2020) durante la pandemia ha proliferado la compra de productos de aseo personal y aseo del hogar. También existe un cambio en cuanto al consumo de productos denominados por impulso, porque tienden a relacionarse con necesidades psicológicas explica Murillo (2020).

Además, los consumidores prefieren inmediatez y disponibilidad dejando en segundo plano la lealtad a las marcas (Davies & Young, 2020). Tal es el caso de Ecuador, donde el 77% de la población cambio de marca durante la pandemia (IPSOS, 2020). Por su parte, Murillo (2020) menciona que "si se habla de fidelización de marca, ha sido afectada con las tendencias y conductas de compra del nuevo consumidor, pues las compras han sido restringidas por medidas de higiene implantadas por los diferentes gobiernos".(p.6)

2. Marco teórico

En la investigación se manejarán conceptos relacionados a comprador, línea, ventas, marca y tipos de tienda. En este apartado se provee de una base teórica para los conceptos mencionados anteriormente.

Se denomina comprador a la persona que realiza la acción de comprar, dicho de otra manera, es la persona que adquiere bienes o servicios a cambio de un cierto precio. En el ámbito de la mercadotecnia, Moro (2003) menciona el rol que se puede desempeñar en el proceso de compra:

Tabla 1. *Roles en el proceso de compra*

Rol	Descripción
Iniciador	Es el que propone la idea de comprar el producto
Influenciador	Es la persona que de manera explícita o implícita ejerce alguna influencia en el decisor
Decisor	Es la persona que decide si se compra, qué debe comprarse, cómo, cuándo y dónde conviene hacerlo
Comprador	Es la persona que realiza físicamente la compra
Usuario	Es la persona que utiliza el producto.

Fuente: Moro, 2003

Elaboración: Los autores

Por otro lado, Serrano F y Serrano C (2005) indican que una línea de productos no es más que la integración de productos interrelacionados que satisfacen necesidades parecidas, pero no idénticas. Dentro de una misma línea pueden existir variedades de un mismo producto ya sea en tamaño, peso, etc., además, el conjunto de líneas que comercializa una empresa se denomina gama.

Para Kotler y Keller (2012) una línea de productos es aquella que está estrechamente relacionada ya sea porque desempeña una función similar, se venden a los mismos grupos de consumidores, se comercializan a través de los mismos puntos de venta o canales, o caen dentro de rangos de precios determinados. Una línea de productos podría consistir de diferentes marcas, una única familia de marcas, o una marca individual cuya línea se ha extendido.

Según la American Marketing Association citado en Kotler y Keller (2012) la marca es: “un nombre, término, símbolo o diseño, o una combinación de dichos elementos, cuyo propósito es representar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlos de la competencia”. (p. 241)

Kotler y Keller (2012) también mencionan que las marcas son indicadores de calidad y esto aumenta la probabilidad de que los compradores satisfechos vuelvan a adquirir el mismo producto repetidamente además de pagar un precio más elevado. Entre los factores que influyen en la preferencia de compra en períodos de recesión se encuentra la ocupación y las circunstancias económicas, tanto las elecciones de productos como de marcas se ven afectadas, en gran medida, por las circunstancias económicas.

Para Schiffman & Lazar (2010) la crisis y recesión económica mundial afectarán qué y cuánto comprarán las personas, sin embargo, el proceso de compra y su dinámica continuará a pesar de ser diferente.

Quintanilla (2010) indica, que el consumidor es más prudente a la hora de comprar y consumir, de tal suerte que su principal finalidad es satisfacer las necesidades más básicas e inmediatas, dejando para más adelante aquellas que de alguna manera se puedan relacionar con el lujo o lo superfluo. Por otro lado, se constata un incremento de la frecuencia de compra: más visitas a las tiendas, pero comprando menos, en menor cantidad o gastando menos dinero.

Según Arellano (2010) muchas escuelas consideran a la economía la variable más importante de todas aquellas que tienen influencia en el consumo que hacen los individuos y las familias (pp. 73-74).

Por su parte, Vera et al (2017) manifiestan que el empleo adecuado de comercialización permite incrementar los índices de ventas, generando una preferencia de marca y la fidelización de los clientes, a través de estrategias innovadoras de acuerdo a las expectativas y necesidades de los clientes.

Al hablar de las tiendas de barrio Bravo, Alba y Arévalo (2019) indican que es un elemento económico del cual se obtienen beneficios económicos para la familia y forma parte del comercio informal, pues el capital de trabajo es aportado por familiares o personas muy allegadas al dueño del negocio. La finalidad de la tienda no es acumular capital, sino alcanzar un equilibrio entre el consumo inmediato del hogar o de primera necesidad y el nivel de la auto-utilización de la fuerza laboral.

La tienda del barrio es un fenómeno internacional, con bastante fuerza, la idea es proveer a los clientes de alimentos básicos y en pequeñas fracciones, de acuerdo a Díaz et al (2007) este modelo de negocio representa entre la cuarta parte y la mitad de venta de bienes y productos básicos. Teniendo en cuenta lo anterior, las tiendas de barrio identifican, reconocen y satisfacen las necesidades del consumidor, mediante la información recolectada de la comunicación directa y estrecha.

Según Gaitán (2010) entre las características de las tiendas de barrio es que el servicio es personalizado y cumple una función social, al establecer alianzas amistosas y agradables con la clientela y alto nivel de conocimiento de las características de los productos.

La diferencia principal entre el mini mercado y la tienda del barrio está relacionada con una serie de factores como: mayor surtido de productos, marcas,

modalidad de autoservicios que ofrece más comodidad a los clientes, precios competitivos y productos de niveles bajos de desembolso. Los factores que más valoran los compradores son; precios bajos, cercanía y la atención personalizada (Perez, 2013).

En base a la información revisada anteriormente se establecen las siguientes hipótesis de investigación:

Hipótesis

H1.- La preferencia de marcas de productos de cuidado personal cambia durante la declaratoria del estado de excepción por la pandemia del COVID-19.

H2.- Las personas cambiaron su preferencia en las presentaciones de los productos de cuidado personal durante el estado de excepción por la pandemia del COVID-19.

H3.- El consumo de productos de cuidado personal se incrementó en las tiendas de barrio por las restricciones durante el estado de excepción.

3. Metodología y estrategia empírica

La metodología utilizada para determinar los cambios en las preferencias de compra de los consumidores, se enmarca en una investigación concluyente descriptiva. Es una investigación de corte longitudinal que emplea investigación cuantitativa para alcanzar los objetivos trazados en la investigación (Anexo 2. Preguntas de investigación y objetivos).

Para el desarrollo del presente estudio se accedió a la base de datos de una empresa distribuidora de marcas de consumo masivo en la línea de cuidado



personal. Dicha base de datos contiene información de históricos de ventas en los cantones Gualaceo, Paute, Guachapala, Sevilla de Oro, Sígsig, Girón, Santa Isabel, Nabón, Chordeleg, San Fernando, Azogues, Cañar, Déleg, Biblián, Tambo, Suscal, Limón, Gualaquiza, Sucúa, Méndez, Macas, San Juan Bosco, Logroño y Cuenca rural.

Mediante una hoja de cálculo de Excel, se estructuró una base de datos con las ventas diarias de las marcas y productos a evaluar de los años 2018, 2019 y 2020.

Para testear las hipótesis se utilizaron las pruebas estadísticas t de Student y U de Mann-Whitney. Con estas herramientas se comprobó si existen diferencias en las medias de las ventas de antes y durante la declaratoria del estado de excepción. Además, para analizar los datos se utilizaron tablas y gráficos.

Instrumento

El volumen de ventas, la presentación del producto, la marca y tipo de tienda son las principales variables para el desarrollo de la investigación.

Tabla 2. Variables de investigación

Variables	Descripción	Indicador	Instrumento
Variable dependiente			
Ventas	Acción de transferir un bien o servicio a cambio de una retribución en dinero.	Nivel de crecimiento de ventas.	Registro de ventas de la distribuidora.
Variables independientes			
Presentación de productos	Es el aspecto exterior de un producto, en cuanto a tamaño, color, etc.	Nivel de ventas por presentación de productos por tamaño.	Registro de ventas de la distribuidora.
Marca de productos	Una marca es un nombre, término, diseño, símbolo, o cualquier otra característica que identifica los bienes y servicios de un vendedor y los diferencia formalmente de su competencia	Nivel de ventas por marca caracterizadas por precio de producto.	Registro de ventas de la distribuidora
Tipo de tienda	Son los formatos de establecimientos mediante los cuales se proporcionan mercaderías al consumidor final.	Nivel de ventas a tiendas de barrio. Nivel de ventas a mini mercados.	Registro de ventas de la distribuidora.

Elaboración: Los autores

Tabla 3. Descripción por marca de productos

Marca	Descripción
Jabon marca A	Jabón de mayor precio
Jabon marca B	Jabón de menor precio

Shampoo marca A	Shampoo de mayor precio
Shampoo marca B	Shampoo de menor precio

Elaboración: Los autores

Tabla 4. Descripción por presentación de productos

Presentación	Descripción
Shampoo marca A pequeño	22ml
Shampoo marca A mediano	200ml
Shampoo marca A grande	400ml
Shampoo marca B pequeño	22ml
Shampoo marca B mediano	190ml
Shampoo marca B grande	340ml

Elaboración: Los autores

Tabla 5. Descripción por tipo de tienda

Tipo de tienda	Descripción
Tienda de barrio	Establecimiento en donde el cliente es atendido detrás de una rejilla y no tiene alcance a los productos
Autoservicio	Establecimiento en donde el cliente puede elegir personalmente los productos que desea adquirir

Elaboración: Los autores

Prueba de hipótesis

Para comprobar las hipótesis de investigación se utilizan pruebas estadísticas como Levene, T de Student y U de Mann-Whitney.

Se utiliza la prueba de Levene con el fin de comprobar si existe homogeneidad de varianzas de las ventas antes y durante el estado de excepción, las hipótesis para comprobar dicho supuesto son las planteadas a continuación:

Hipótesis:

$$h_1; \sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \sigma_3^2 = \dots \sigma_n^2$$

$$h_1; \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2 \neq \sigma_3^2 \neq \dots \sigma_n^2$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P \geq 0,05$ no se rechaza h_0 .

En caso de suponer varianzas iguales se aplica un análisis de pruebas paramétricas mediante el estadístico t de Student para comprobar si existen diferencias estadísticamente significativas entre las medias de las ventas antes y durante el estado de excepción. Las hipótesis para comprobar dicho supuesto son planteadas a continuación:

Hipótesis:

$$h_0; \mu_1 - \mu_2 = 0$$

$$h_1; \mu_1 - \mu_2 \neq 0$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P \geq 0,05$ no se rechaza h_0 .

Dado el caso de no asumir varianzas iguales se aplica un análisis de pruebas no paramétricas mediante el estadístico U de Mann-Whitney para comprobar si existen diferencias estadísticamente significativas en las ventas antes y durante el estado de excepción, las hipótesis se plantean a continuación:

Hipótesis

h_0 ; $Med1 = Med2$

h_1 ; $Med1 \neq Med2$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P \geq 0,05$ no se rechaza h_0 .

Hipótesis 1

La preferencia de marcas de productos de cuidado personal cambia durante la declaratoria del estado de excepción por la pandemia del COVID-19.

1. Contraste de hipótesis por marca de producto
 - 1.1 Contraste de hipótesis de la Marca A en jabón
 - 1.2 Contraste de hipótesis de la Marca B en jabón
 - 1.3 Contraste de hipótesis de la marca A de shampoo
 - 1.4 Contraste de hipótesis de la marca B de shampoo

Hipótesis 2

Las personas cambiaron su preferencia en las presentaciones de los productos de cuidado personal durante el estado de excepción por la pandemia del COVID-19.

2. Contraste de hipótesis por tamaño
 - 2.1 Contraste de hipótesis del tamaño pequeño de shampoo marca A
 - 2.2 Contraste de hipótesis del tamaño mediano de shampoo marca A
 - 2.3 Contraste de hipótesis del tamaño grande de shampoo marca A
 - 2.4 Contraste de hipótesis del tamaño pequeño de shampoo marca B
 - 2.5 Contraste de hipótesis del tamaño mediano de shampoo marca B
 - 2.6 Contraste de hipótesis del tamaño grande de shampoo marca B

Hipótesis 3

El consumo de productos de cuidado personal se incrementó en las tiendas de barrio por las restricciones durante el estado de excepción.

3. Contraste de hipótesis por tipo de tienda

3.1 Contraste de hipótesis de las ventas en tiendas de barrio

3.2 Contraste de hipótesis de las ventas en tiendas autoservicio

4. Resultados

1. Contraste de hipótesis por marca de producto

1.1 Contraste de hipótesis de la Marca A en jabón

Tabla 6. Estadística descriptiva de las ventas de la marca A en jabón

	PANDEMIA	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
JABONMARCAA	1,00	561	561,945	263,6680	11,1321
	2,00	128	592,740	242,1116	21,3998

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

1 = Antes de la declaratoria de estado de excepción

2 = Durante la declaratoria de estado de excepción

Prueba de Levene

Hipótesis:

$$h_1; \sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \sigma_3^2 = \dots \sigma_n^2$$

$$h_1; \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2 \neq \sigma_3^2 \neq \dots \sigma_n^2$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

Tabla 7. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca A de jabón

	Prueba de Levene para igualdad de varianzas	
	F	Sig.
Jabón marca A	1,320	,251

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

Como se puede observar en el cuadro de prueba de Levene para igualdad de varianzas el P valor es mayor a 0,05, por lo tanto, se asume que la varianza de las ventas del jabón de marca A antes y durante el estado de excepción son iguales.

Prueba T

Hipótesis

$$h_0; \mu_1 - \mu_2 = 0$$

$$h_1; \mu_1 - \mu_2 \neq 0$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

Tabla 8. Prueba t para la igualdad de medias del jabón marca A

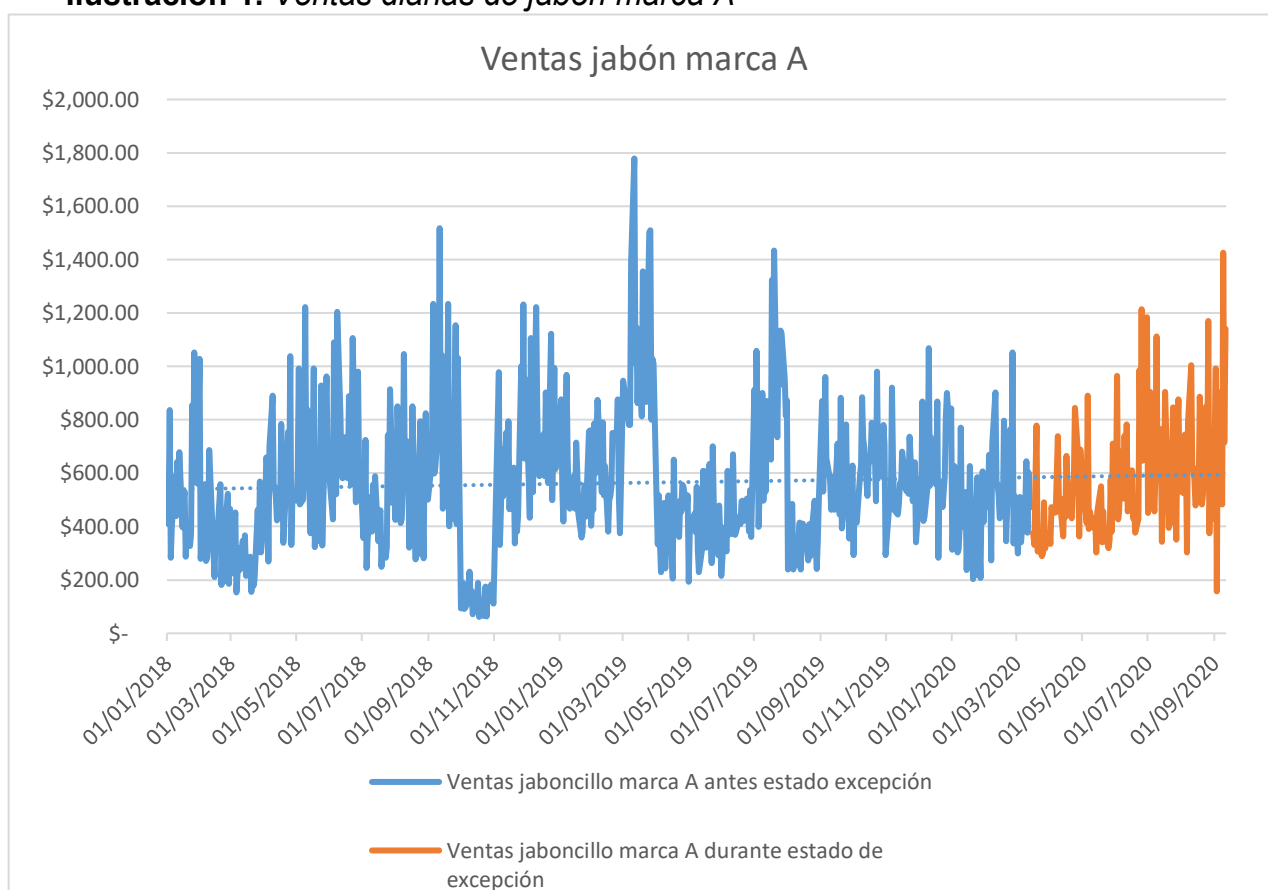
		Prueba t para la igual de medias		
		t	gl	Sig. (Bilateral)
Jabón marca A	Se han asumido	-1,210	687	,227

varianzas
iguales

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

Como se observa en el cuadro de prueba T para la igualdad de medias, el P valor es mayor a 0,05, por lo que no se rechaza la hipótesis nula y se asume que no hay diferencias estadísticamente significativas en las ventas de jabón de marca A antes y durante el estado de excepción.

Ilustración 1. Ventas diarias de jabón marca A



Elaboración: Los autores a partir de datos de la empresa

1.2 Contraste de hipótesis de la Marca B en jabón

Tabla 9. Estadística descriptiva de las ventas de la marca B en jabón

ESTADO DE EXCEPCION	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de
------------------------	---	-------	--------------------	------------------

					la media
JABONMARCAB	1,00	561	211,453	98,4066	4,1547
	2,00	128	214,099	93,3385	8,2500

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

1 = *Antes de la declaratoria de estado de excepción*

2 = *Durante la declaratoria de estado de excepción*

Prueba de Levene

Hipótesis:

$$h_1; \sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \sigma_3^2 = \dots \sigma_n^2$$

$$h_1; \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2 \neq \sigma_3^2 \neq \dots \sigma_n^2$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

Tabla 10. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca B de jabón

	Prueba de Levene para igualdad de varianzas	
	F	Sig.
Jabón marca B	0,042	0,838

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

En el cuadro de prueba de prueba de Levene para igualdad de varianzas, el P valor es mayor a 0,05, por lo tanto, se asume que la varianza de las ventas del jabón de marca A antes y durante el estado de excepción son iguales.

Prueba T

Hipótesis

$$h_0; \mu_1 - \mu_2 = 0$$

$$h_1; \mu_1 - \mu_2 \neq 0$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P \geq 0,05$ no se rechaza h_0 .

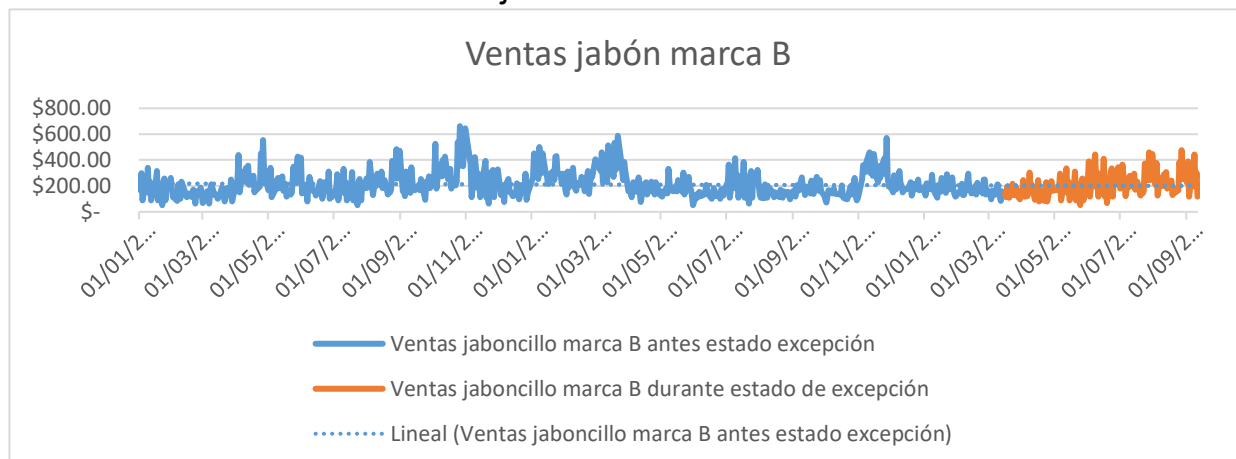
Tabla 11. Prueba t para la igualdad de medias del jabón marca B

		Prueba T para muestras independientes		
		t	gl	Sig. (Bilateral)
Jabón marca B	Se han asumido varianzas iguales	-,277	687	,782

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

Asumiendo varianzas iguales, se puede observar en el cuadro en la prueba T para la igualdad de medias, el P valor es mayor a 0,05, por lo que no se rechaza la hipótesis nula y se asume que no hay diferencias estadísticamente significativas en las ventas de jabón de marca B antes y durante el estado de excepción.

Ilustración 2. Ventas diarias de jabón marca B



Elaboración: Los autores a partir de datos de la empresa

1.3 Contraste de hipótesis de la marca A de shampoo

Tabla 12. Estadística descriptiva de las ventas de marca A en Shampoo

	PANDEMIA	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
SHAMPOOMARCAA	1,00	561	349,202	147,8585	6,2426
	2,00	128	376,400	166,7000	14,7343

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

1 = Antes de la declaratoria de estado de excepción

2 = Durante la declaratoria de estado de excepción

Prueba de Levene

Hipótesis:

$$h_1; \sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \sigma_3^2 = \dots \sigma_n^2$$

$$h_1; \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2 \neq \sigma_3^2 \neq \dots \sigma_n^2$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

Tabla 13. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca A de Shampoo

	Prueba de Levene para igualdad de varianzas	
	F	Sig.
Shampoo marca A	5,117	,024

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

Como se puede observar en el cuadro de prueba de Levene para igualdad de varianzas, el P valor es menor a 0,05, por lo tanto, se asume que la varianza de las ventas de shampoo de marca A antes y durante el estado de excepción no son iguales.

Al asumir varianzas distintas, se procede a realizar un análisis de pruebas no paramétricas con el estadístico U de Mann-Whitney.

Prueba U de Mann-Whitney

Hipótesis

h_0 ; $Med1 = Med2$

h_1 ; $Med1 \neq Med2$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

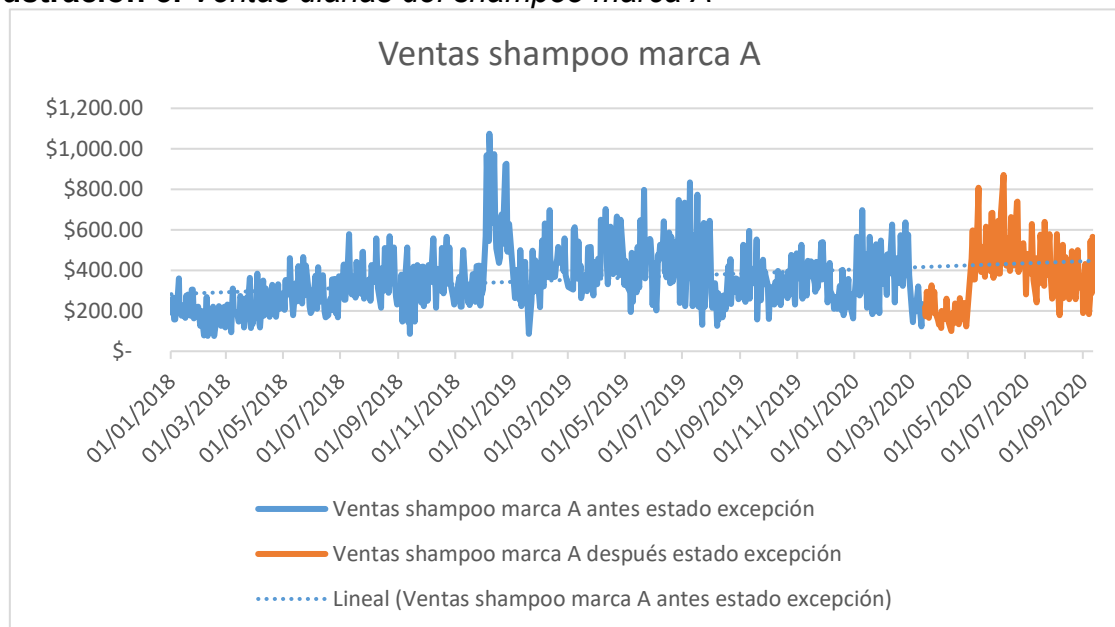
Tabla 14. Prueba no paramétrica U de Mann-Whitney para shampoo marca A

U de Mann-Whitney	32283,000
W de Wilcoxon	189924,000
Z	-1,782
Sig. asintót. (bilateral)	,075

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

En la prueba U de Mann–Whitney el P valor es 0,075 por lo que no se rechaza la hipótesis nula y se asume que no hay diferencias estadísticamente significativas en las ventas de shampoo de marca A antes y durante el estado de excepción.

Ilustración 3. Ventas diarias del shampoo marca A



Elaboración: Los autores a partir de datos de la empresa

1.3 Contraste de hipótesis de la marca B de shampoo

Tabla 15. Estadística descriptiva de las ventas de la marca B de shampoo

	PADEMIA	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
SHAMPOOMARCAB	1,00	561	799,162	304,4	12,8548
	2,00	128	747,453	314,5	27,8051

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

1 = Antes de la declaratoria de estado de excepción

2 = Durante la declaratoria de estado de excepción

Prueba de Levene

Hipótesis:

$$h_1; \sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \sigma_3^2 = \dots \sigma_n^2$$

$$h_1; \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2 \neq \sigma_3^2 \neq \dots \sigma_n^2$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

Tabla 16. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca B de Shampo

	Prueba de Levene para igualdad de varianzas	
	F	Sig.
Shampoo marca B	1,180	,278

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

Como se puede observar en el cuadro de prueba de Levene para igualdad de varianzas, el P valor es mayor a 0,05, por lo tanto, se asume que la varianza de las ventas de shampoo de marca B antes y durante el estado de excepción son iguales.

Prueba T

Hipótesis

$$h_0; \mu_1 - \mu_2 = 0$$

$$h_1; \mu_1 - \mu_2 \neq 0$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

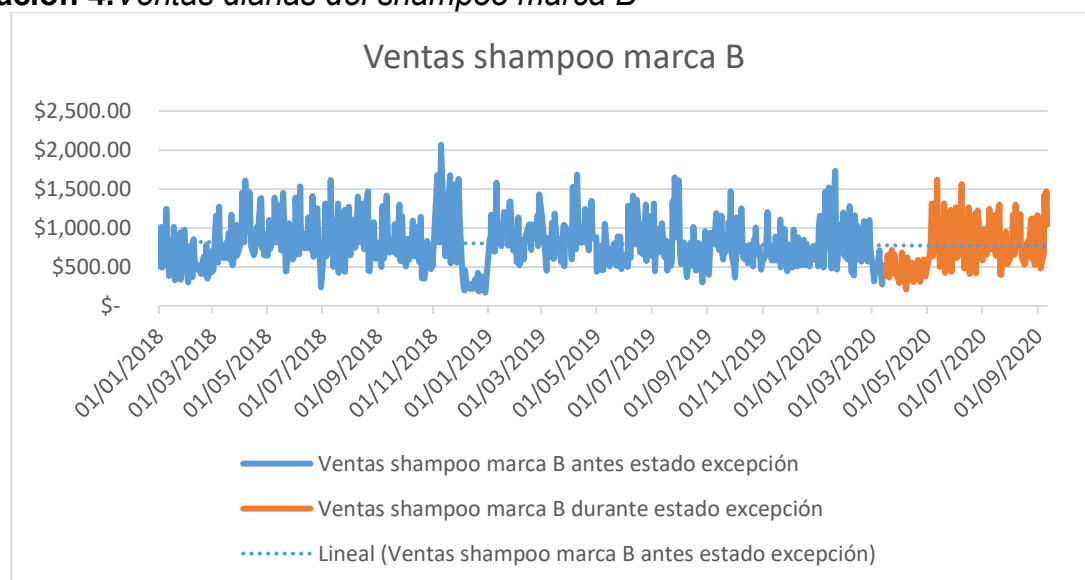
Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

Tabla 17. Prueba t para la igualdad de medias del shampoo marca B

		Prueba T para muestras independientes		
		t	gl	Sig. (Bilateral)
Shampoo marca B	Se han asumido varianzas iguales	1,723	687	0,085

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

Asumiendo varianzas iguales, en la prueba T para igualdad de medias el P valor es mayor a 0,05, por lo que no se rechaza la hipótesis nula y se asume que no hay diferencias estadísticamente significativas en las ventas de shampoo de marca B antes y durante el estado de excepción.

Ilustración 4. Ventas diarias del shampoo marca B


Elaboración: Los autores a partir de datos de la empresa

2. Contraste de hipótesis por presentación

2.1 Contraste de hipótesis del tamaño pequeño de shampoo marca A

Tabla 18. *Estadística descriptiva de las ventas de shampoo pequeño marca A*

	PANDEMI A	N	Media	Desviació n típ.	Error típ. de la media
SHAMPOOMARCAAPE Q	1,00	56 1	34,35 5	21,3622	,9019
	2,00	11 2	26,26 3	10,8221	1,022 6

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

1 = *Antes de la declaratoria de estado de excepción*

2 = *Durante la declaratoria de estado de excepción*

Prueba de Levene

Hipótesis:

$$h_1; \sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \sigma_3^2 = \dots \sigma_n^2$$

$$h_1; \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2 \neq \sigma_3^2 \neq \dots \sigma_n^2$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

Tabla 19. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca A de Shampoo pequeño

	Prueba de Levene para igualdad de varianzas	
	F	Sig.
Shampoo marca A pequeño	21,696	,000

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

Como se puede observar la prueba de Levene para la igualdad de varianzas, el P valor es menor a 0,05, por lo tanto, se asume que la varianza de las ventas de shampoo de marca A pequeño antes y durante el estado de excepción son distintos.

Al asumir varianzas distintas, se procede a realizar un análisis de pruebas no paramétricas con el estadístico U de Mann – Whitney.

Prueba U de Mann - Whitney

Hipótesis

$$h_0; Med1 = Med2$$

$$h_1; Med1 \neq Med2$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P \geq 0,05$ no se rechaza h_0 .

Tabla 20. Prueba no paramétrica U de Mann-Whitney para shampoo marca A pequeño

SHAMPOOMARCAAPEQ	
U de Mann-Whitney	25473,000
W de Wilcoxon	33729,000
Z	-5,133
Sig. asintót. (bilateral)	,000

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

En la prueba U de Mann – Whitney el P valor es 0,00 por lo que se rechaza la hipótesis nula y se asume que hay diferencias estadísticamente significativas en las ventas de shampoo de marca A pequeño antes y durante el estado de excepción.

Ilustración 5. Ventas diarias de shampo marca A pequeño



Elaboración: Los autores a partir de datos de la empresa

2.2 Contraste de hipótesis del tamaño mediano de shampoo marca A

Tabla 21. Estadística descriptiva de las ventas de shampoo marca A mediano

	PANDEMI A	N	Medi a	Desviaci ón típ.	Error típ. de la medi a
SHAMPOOMARCAAMEDI ANO	1,00	56 1	10,37 6	3,9317	,1660
	2,00	12 8	12,05 2	7,3440	,6491

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

1 = Antes de la declaratoria de estado de excepción

2 = Durante la declaratoria de estado de excepción

Prueba de Levene

Hipótesis:

$$h_1; \sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \sigma_3^2 = \dots \sigma_n^2$$

$$h_1; \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2 \neq \sigma_3^2 \neq \dots \sigma_n^2$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

Tabla 22. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca A de Shampoo mediano

	Prueba de Levene para igualdad de varianzas	
	F	Sig.
Shampoo marca A mediano	70,079	,000

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

Como se observa la prueba de Levene para la igualdad de varianzas, P valor es menor a 0,05, por lo tanto, se asume que la varianza de las ventas de shampoo de marca A mediano antes y durante el estado de excepción no son iguales.

Al asumir varianzas distintas, se procede a realizar un análisis de pruebas no paramétricas con el estadístico U de Mann – Whitney.

Prueba U de Mann - Whitney

Hipótesis

$$h_0; Med1 = Med2$$

$$h_1; Med1 \neq Med2$$

**Regla de decisión:**

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

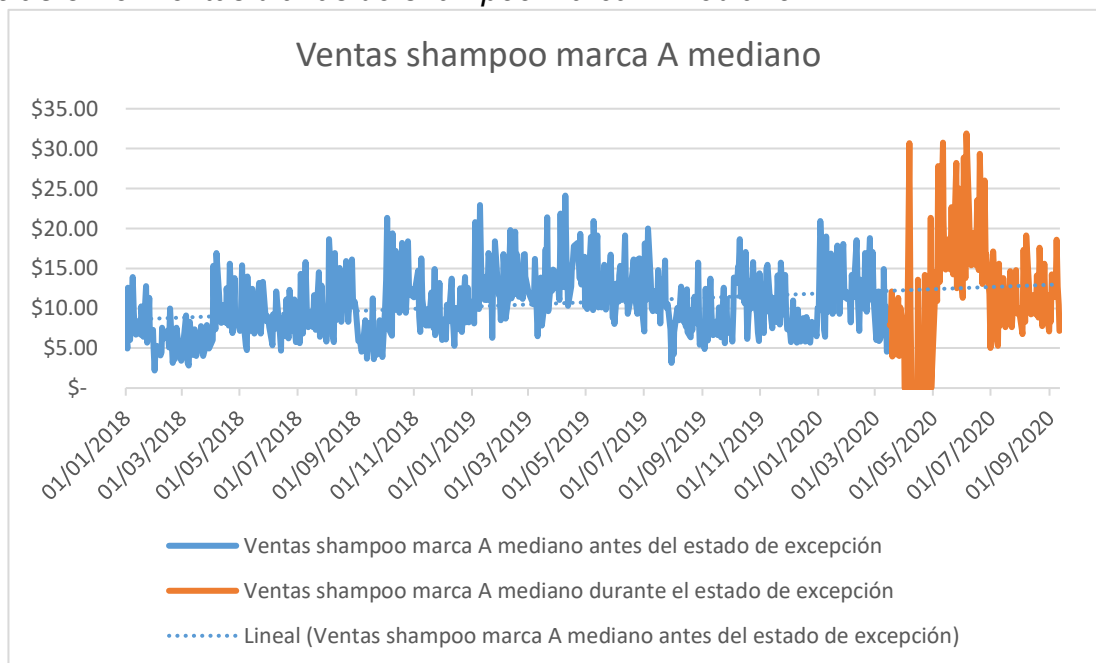
Tabla 23. Prueba no paramétrica U de Mann-Whitney para shampoo marca A mediano

SHAMPOOMARCAAMEDIANO	
U de Mann-Whitney	29794,500
W de Wilcoxon	187435,500
Z	-3,007
Sig. asintót. (bilateral)	,003

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

En la prueba U de Mann – Whitney el P valor es 0,03 por lo que se rechaza la hipótesis nula y se asume que hay diferencias estadísticamente significativas en las ventas de shampoo de marca A mediano antes y durante el estado de excepción.

Ilustración 6. Ventas diarias de shampoo marca A mediano



Elaboración: Los autores a partir de datos de la empresa

2.3 Contraste de hipótesis del tamaño grande de shampoo marca A

Tabla 24. Estadísticas descriptivas de las ventas de shampoo marca A grande

PADEMIA	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
1,00	561	31,6966	12,7352	,537679
2,00	128	29,0745	14,9724	1,32339

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

1 = Antes de la declaratoria de estado de excepción

2 = Durante la declaratoria de estado de excepción

Prueba de Levene

Hipótesis:

$$h_1; \sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \sigma_3^2 = \dots \sigma_n^2$$

$$h_1; \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2 \neq \sigma_3^2 \neq \dots \sigma_n^2$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

Tabla 25. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca A de Shampoo grande

	Prueba de Levene para igualdad de varianzas	
	F	Sig.
Shampoo marca A grande	3,556	,060

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

Como se puede observar en el cuadro de prueba de muestras independientes en la prueba de Levene para la igualdad de varianzas, el P valor es mayor a 0,05, por lo tanto, se asume que la varianza de las ventas de shampoo de marca A grande antes y durante el estado de excepción no son diferentes.

Prueba T**Hipótesis**

$$h_0; \mu_1 - \mu_2 = 0$$

$$h_1; \mu_1 - \mu_2 \neq 0$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

Tabla 26. Prueba t para la igualdad de medias del shampoo marca A grande

		Prueba T para muestras independientes		
		t	gl	Sig. (Bilateral)
Shampoo marca A grande	Se han asumido varianzas iguales	2,031	687	0,043

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

Asumiendo varianzas diferentes en la prueba T para la igualdad de medias el P valor es menor a 0,05, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se asume que hay diferencias estadísticamente significativas en las ventas de shampoo de marca A grande antes y durante el estado de excepción.

Ilustración 7. Ventas diarias de shampoo marca A grande



Elaboración: Los autores a partir de datos de la empresa

2.4 Contraste de hipótesis del tamaño pequeño de shampoo marca B

Tabla 27. Estadística descriptiva de las ventas de shampoo marca B pequeño

	PANDEMIA	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
SHAMPOOMARCABPEQUEÑO	1,00	561	123,895	81,1741	3,4272
	2,00	128	95,614	48,3879	4,2769

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

1 = Antes de la declaratoria de estado de excepción

2 = Durante la declaratoria de estado de excepción

Prueba de Levene

Hipótesis:

$$h_1; \sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \sigma_3^2 = \dots \sigma_n^2$$

$$h_1; \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2 \neq \sigma_3^2 \neq \dots \sigma_n^2$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

Tabla 28. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca B de Shampoo pequeño

	Prueba de Levene para igualdad de varianzas	
	F	Sig.
Shampoo marca B pequeño	5,028	,025

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

En la prueba de Levene para la igualdad de varianzas el P valor es menor a 0,05, por lo tanto, se asume que la varianza de las ventas de shampoo de marca B pequeño antes y durante el estado de excepción son diferentes.

Al asumir varianzas distintas, se procede a realizar un análisis de pruebas no paramétricas con el estadístico U de Mann – Whitney.

Prueba U de Mann - Whitney

Hipótesis

$$h_0; Med1 = Med2$$

$$h_1; Med1 \neq Med2$$

**Regla de decisión:**

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

Tabla 29. *Prueba no paramétrica U de Mann-Whitney para shampoo marca B pequeño*

SHAMPOOMARCABPEQUEÑO	
U de Mann-Whitney	27443,000
W de Wilcoxon	35699,000
Z	-4,164
Sig. asintót. (bilateral)	,000

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

En la prueba U de Mann – Whitney el P valor es 0,00 por lo que se rechaza la hipótesis nula y se asume que hay diferencias estadísticamente significativas en las ventas de shampoo de marca B pequeño antes y durante el estado de excepción.

Ilustración 8. Ventas diarias de shampoo marca B pequeño



Elaboración: Los autores a partir de datos de la empresa

2.5 Contraste de hipótesis del tamaño mediano de shampoo marca B

Tabla 30. Estadística descriptiva de las ventas de shampoo marca B mediano

	PADEMIA	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
SHAMPOOMARCABMEDIANO	1,00	561	30,225	11,1394	,4703
	2,00	128	34,040	14,1822	1,2535

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

1 = Antes de la declaratoria de estado de excepción

2 = Durante la declaratoria de estado de excepción

Prueba de Levene

Hipótesis:

$$h_1; \sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \sigma_3^2 = \dots \sigma_n^2$$

$$h_1; \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2 \neq \sigma_3^2 \neq \dots \sigma_n^2$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

Tabla 31. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca B de Shampoo mediano

	Prueba de Levene para igualdad de varianzas	
	F	Sig.
Shampoo marca B mediano	19,583	,000

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

Como se puede observar en el cuadro de prueba de Levene para igualdad de varianzas, el P valor es menor a 0,05, por lo tanto, se asume que la varianza de las ventas de shampoo de marca B mediano antes y durante el estado de excepción son diferentes. Al asumir varianzas distintas, se procede a realizar un análisis de pruebas no paramétricas con el estadístico U de Mann – Whitney.

Prueba U de Mann - Whitney**Hipótesis**

h_0 ; $Med1 = Med2$

h_1 ; $Med1 \neq Med2$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0

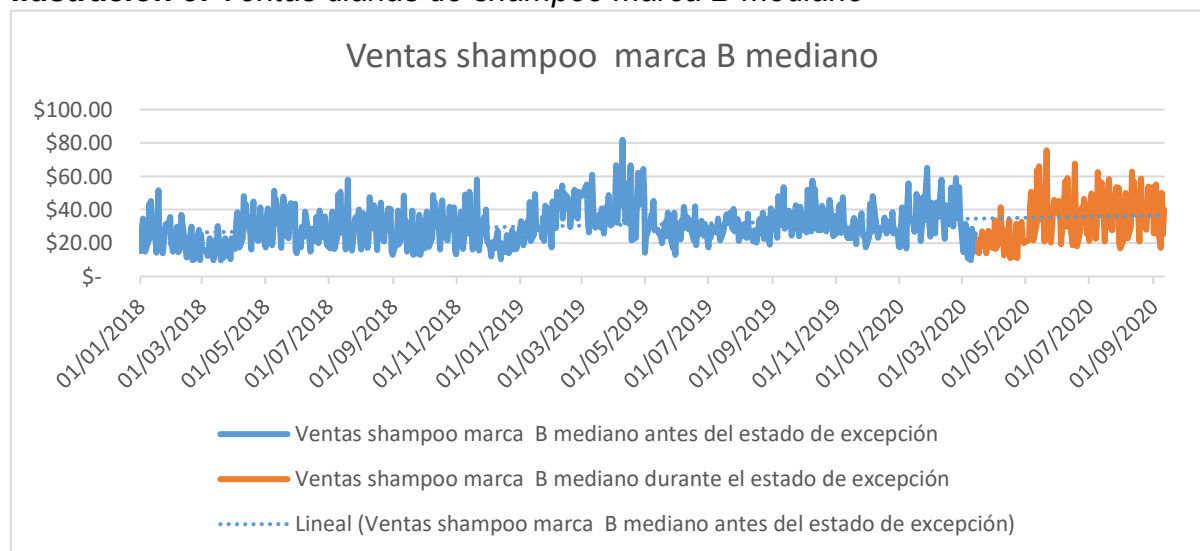
Tabla 32. Prueba no paramétrica U de Mann-Whitney para shampoo marca B mediano

U de Mann-Whitney	31,074,000
W de Wilcoxon	188715,000
Z	-2,377
Sig. asintót. (bilateral)	,017

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

En la prueba U de Mann – Whitney el P valor es 0,017 por lo que se rechaza la hipótesis nula y se asume que hay diferencias estadísticamente significativas en las ventas de shampoo de marca B mediano antes y durante el estado de excepción.

Ilustración 9. Ventas diarias de shampoo marca B mediano



Elaboración: Los autores a partir de datos de la empresa

2.6 Contraste de hipótesis del tamaño grande de shampoo marca B

Tabla 33. Estadística descriptiva de las ventas de shampoo marca B grande

	PADEMIA	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
SHAMPOOMARCAB GRANDE	1,00	561	43,01409073	16,717402662	,705809
	2,00	128	44,049666	23,615951228	2,087374

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

1 = Antes de la declaratoria de estado de excepción

2 = Durante la declaratoria de estado de excepción

Prueba de Levene

Hipótesis:

$$h_1; \sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \sigma_3^2 = \dots \sigma_n^2$$

$$h_1; \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2 \neq \sigma_3^2 \neq \dots \sigma_n^2$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

Tabla 34. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de la marca B de Shampoo mediano

	Prueba de Levene para igualdad de varianzas	
	F	Sig.
Shampoo marca B grande	19,113	,000

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

Como se puede observar en el cuadro de prueba de Levene para igualdad de varianzas, el P valor es menor a 0,05, por lo tanto, se asume que la varianza de las ventas de shampoo de marca B grande antes y durante el estado de excepción son diferentes. Al asumir varianzas distintas, se procede a realizar un análisis de pruebas no paramétricas con el estadístico U de Mann – Whitney.

Prueba U de Mann - Whitney

Hipótesis

$$h_0; Med1 = Med2$$

$$h_1; Med1 \neq Med2$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

Tabla 35. Prueba no paramétrica U de Mann-Whitney para shampoo marca B grande

U de Mann-Whitney	35039,000
W de Wilcoxon	192680,000
Z	-,426
Sig. asintót. (bilateral)	,670

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

En la prueba U de Mann – Whitney el P valor es 0,67 por lo que no se rechaza la hipótesis nula y se asume que no hay diferencias estadísticamente significativas en las ventas de shampoo de marca B grande antes y durante el estado de excepción.

Ilustración 10. Ventas diarias de shampo marca B grande



Elaboración: Los autores a partir de datos de la empresa

3. Contraste de hipótesis por tipo de tienda

3.1 Contraste de hipótesis de las ventas en tiendas de barrio

Tabla 36. Estadística descriptiva de las ventas en tienda de barrio

	PANDEMIA	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
Ventastienda debarrio	1,00	560	9551,754	3519,6482	148,7323
	2,00	128	9912,718	4925,1161	435,3229

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

1 = Antes de la declaratoria de estado de excepción

2 = Durante la declaratoria de estado de excepción

Prueba de Levene

Hipótesis:

$$h_1; \sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \sigma_3^2 = \dots \sigma_n^2$$

$$h_1; \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2 \neq \sigma_3^2 \neq \dots \sigma_n^2$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

Tabla 37. *Prueba de Levene para igualdad de varianzas de las ventas en tienda de barrio*

	Prueba de Levene para igualdad de varianzas	
	F	Sig.
Tienda de barrio	38,446	,000

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

Como se puede observar en el cuadro de prueba de Levene para igualdad de varianzas, el P valor es menor a 0,05, por lo tanto, se asume que la varianza de las ventas en tiendas de barrio antes y durante el estado de excepción son diferentes. Al asumir varianzas distintas, se procede a realizar un análisis de pruebas no paramétricas con el estadístico U de Mann – Whitney.

Prueba U de Mann - Whitney**Hipótesis**

h_0 ; $Med1 = Med2$

h_1 ; $Med1 \neq Med2$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

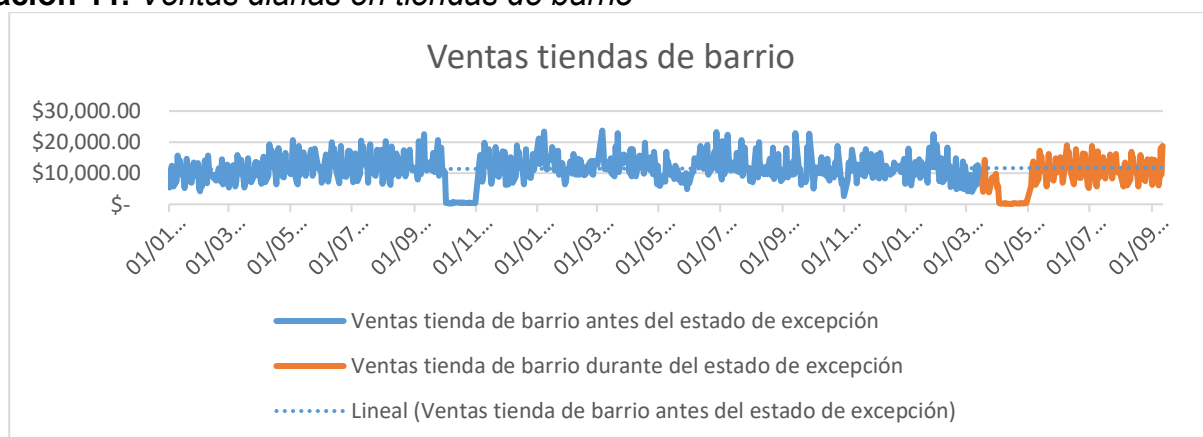
Tabla 38. Prueba no paramétrica U de Mann-Whitney para las ventas en tiendas de barrio

U de Mann-Whitney	31448,000
W de Wilcoxon	188528,000
Z	-2,165
Sig. asintót. (bilateral)	,030

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

En la prueba U de Mann–Whitney el P valor es 0,030 por lo que se rechaza la hipótesis nula y se asume que hay diferencias estadísticamente significativas en las ventas en tiendas de barrio antes y durante el estado de excepción.

Ilustración 11. Ventas diarias en tiendas de barrio



Elaboración: Los autores a partir de datos de la empresa

3.2 Contraste de hipótesis de las ventas en tiendas autoservicio

Tabla 39. Estadística descriptiva de las ventas en tiendas de autoservicio

	PANDEMIA	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
Ventas autoservicio	1,00	561	4334,598	1508,4491	63,6868
	2,00	128	3591,477	1482,4679	131,0329

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

1 = Antes de la declaratoria de estado de excepción

2 = Durante la declaratoria de estado de excepción

Prueba de Levene

Hipótesis:

$$h_1; \sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \sigma_3^2 = \dots \sigma_n^2$$

$$h_1; \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2 \neq \sigma_3^2 \neq \dots \sigma_n^2$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P > 0,05$ no se rechaza h_0 .

Tabla 40. Prueba de Levene para igualdad de varianzas de las ventas en tiendas de autoservicio

	Prueba de Levene para igualdad de varianzas	
	F	Sig.
autoservicio	,885	,347

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

Como se puede observar en el cuadro de prueba de Levene para igualdad de varianzas, el P valor es mayor a 0,05, por lo tanto, se asume que la varianza de las ventas en tiendas de autoservicio antes y durante el estado de excepción no son diferentes.

Prueba T

Hipótesis

$$h_0; \mu_1 - \mu_2 = 0$$

$$h_1; \mu_1 - \mu_2 \neq 0$$

Regla de decisión:

Si $P \leq 0,05$ se rechaza h_0 .

Si $P \geq 0,05$ no se rechaza h_0 .

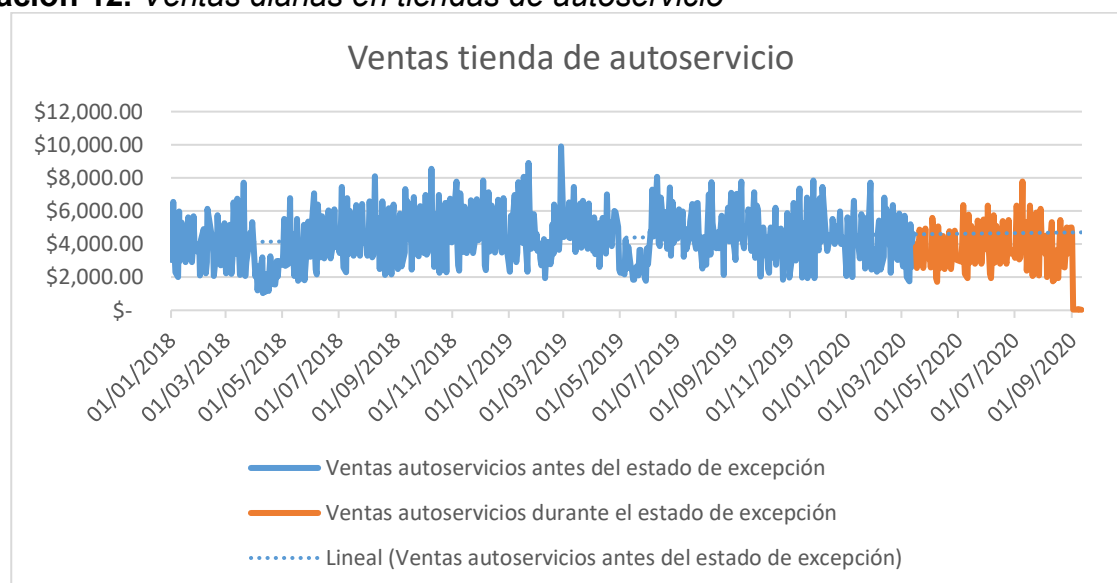
Tabla 41. Prueba t para la igualdad de medias de las ventas en tiendas de autoservicio

		Prueba T para muestras independientes		
		t	gl	Sig. (Bilateral)
autoservicio	Se han asumido varianzas iguales	5,045	687	,000

Elaboración: Los autores a partir de resultados de SPSS

Como se observa en el cuadro de prueba T para la igualdad de medias, tomando en cuenta que se asumen varianzas iguales, el P valor es menor a 0,05, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se asume que hay diferencias estadísticamente significativas en las ventas de tiendas de autoservicio antes y durante el estado de excepción.

Ilustración 12. Ventas diarias en tiendas de autoservicio



Elaboración: Los autores a partir de datos de la empresa

5. Discusión y conclusiones

Los resultados de la investigación permiten realizar las siguientes conclusiones relacionadas al estudio.

Hipótesis 1: La preferencia de marcas de productos de cuidado personal cambia durante la declaratoria del estado de excepción por la pandemia del COVID-19.

Es necesario discutir algunos aspectos sobre esta hipótesis relacionada al cambio de preferencia de marca. En primer lugar, mediante el análisis de las medias se pudo evidenciar que las ventas de la marca A de jabón la cual es la más costosa, no variaron durante el estado de excepción.

En segundo lugar, el análisis arroja resultados con los cuales se puede concluir que no hubo cambios estadísticamente significativos en la marca B de jabón o la menos costosa.

Por último, en ambas marcas de shampoo no hubo cambios de preferencia de compra.

Estos antecedentes llevan a rechazar la hipótesis de que la preferencia de marcas de productos de cuidado personal cambia durante la declaratoria del estado de excepción por la pandemia del COVID-19.

Hipótesis 2: Las personas cambiaron su preferencia en las presentaciones de los productos de cuidado personal durante el estado de excepción por la pandemia del COVID-19.

Respecto a la segunda hipótesis, los hallazgos presentan una similitud en ambas marcas en los tamaños mediano y pequeño. Las ventas en la

presentación de shampoo pequeño muestran un decremento durante el estado de excepción, mientras que los resultados obtenidos en las ventas de la presentación de shampoo mediano indican un aumento. Además en la presentación grande de marca A de shampoo hubo una disminución poco significativa en las ventas mientras que en la marca B en el mismo tamaño no hubo cambios.

Se puede inferir que el decremento en las ventas de shampoo pequeño y a su vez el incremento en las ventas de shampoo mediano se debe a la restricción de movilidad establecida en el decreto No 1017. Al no tener libre movilidad, los consumidores preferían comprar más cantidad de producto para aplazar la recompra. Además, al no existir un cambio en las ventas de shampoo en tamaño grande, se podría asumir que se debe a la recesión económica que afecta el cuánto compran las personas. Entonces, el consumidor prefiere una presentación que permita más tiempo de uso y a su vez no destina todo su presupuesto en un solo producto.

Estos antecedentes llevan a afirmar la hipótesis de que las personas cambiaron su preferencia en las presentaciones de los productos de cuidado personal durante el estado de excepción por la pandemia del COVID-19.

Hipótesis 3: El consumo de productos de cuidado personal se incrementó en las tiendas de barrio por las restricciones durante el estado de excepción.

Los resultados obtenidos indican que efectivamente hubo un cambio en las ventas por tipo de tienda. Por lo anterior, se acepta la hipótesis que plantea que

las ventas en las tiendas de barrio aumentaron mientras que en los autoservicios disminuyeron.

Se puede inferir que se dieron estos cambios debido a la restricción de movilidad y horario que se estableció en el decreto No 1017 para realizar compras. Las personas preferían comprar en tiendas de barrio por cercanía y facilidad, ya que esto implica evitar el uso de automóvil que significaba un inconveniente por la restricción de placa. Además, el riesgo a un contagio por COVID-19 es menor que en un autoservicio ya que existe menor manipulación de los productos.

6. Recomendaciones

Una vez concluido el presente artículo académico se considera importante analizar otros aspectos relacionados con el consumo en un período de estado de emergencia sanitaria y se recomienda:

- Extender los estudios expuestos en el presente artículo académico a otras categorías de productos como alimentos, prendas de vestir y artículos de lujo.
- Aplicar la metodología del presente estudio para analizar la preferencia de compra por estrato social durante un período de estado de emergencia.
- Analizar el impacto que tiene el posicionamiento de marca en la preferencia de compra de las personas en época de emergencia sanitaria.



Referencias bibliográficas

- Arellano, R. (2010). *Marketing: Enfoque América Latina El marketing científico enfocado aplicado a Latinoamérica*. México: Pearson.
- Bravo, S., Alba, O., & Arévalo, G. (2019). Experiencias de campo del proyecto de investigación para tenderos. Cuadernos del semillero de investigación "La Vitrina". *Fundación Universitaria del Área Andina*.
- Davies, J., & Young, J. (13 de Mayo de 2020). *Kantar*. Obtenido de Kantar: <https://www.kantar.com/inspiration/coronavirus/covid-19-purchase-behaviour-shifts-assortment-and-portfolio-implications>
- Díaz, A., Lacayo, J., & Salcedo, L. (2007). Cómo vender a las "tiendas debarrio" en América Latina. *The McKinsey Quarterly*.
- Gaitán, D. (2010). Caracterización de las tiendas de barrio de Cartagena.
- IPSOS. (Abril de 2020). *IPSOS*. Obtenido de IPSOS: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-05/ipsos_informe_especial_covid-19_ecuador_ola_3.pdf
- Kantar. (12 de 11 de 2018). *Kantar*. Obtenido de Kantar: <https://www.kantarworldpanel.com/cl/Noticias/Mapeando-Territorios>
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Education.
- Lozano, G. (20 de Abril de 2020). *EY Building a better working world*. Obtenido de EY Building a better working world: https://www.ey.com/es_ec/covid-19/la-crisis-del-covid-19#chapter-1847918799
- Murillo, M. J. (2020). COVID-19 Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. *Revista Ciencia, Cultura y Sociedad Vol. 5 No.2*, 6-7-8.
- Perez, M. (2013). Creación de empresas. Fundación Universitaria San Martín .
- Quintanilla, I. (2010). Motivaciones del consumidor y crisis económicas . *Revista electrónica de motivación y emoción*, 12.
- Schiffman, L., & Lazar, L. (2010). *Comportamiento del Consumidor*. México: Pearson.
- Serrano Gómez, F., & Serrano Domínguez, C. (2005). *Gestión, dirección y estrategia de producto*. Madrid: ESIC.
- Solé Moro, M. L. (2003). *Los consumidores de siglo XXI*. Madrid: ESIC.
- Vera, N., Ventura, A., Fortis, J., Andrade, A., Santos, J., & Collins, N. (2017). Estrategias de comercialización de los distribuidores de productos de



consumo masivo dela provincia de Santa Elena. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 188-193.

Anexos

Anexo 1. Decreto presidencial No 1017



Nº 1017

LENÍN MORENO GARCÉS

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que el artículo 1 de la Constitución de la República determina que el Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico;

Que el artículo 3 de la Constitución establece que son deberes primordiales del Estado “1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la cedula, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes.”;

Que, el artículo 14 de la Constitución de la República del Ecuador, reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado que garantice la sostenibilidad y el buen vivir;

Que de conformidad con el inciso primero artículo 32 de la Carta Fundamental la salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir;

Que los artículos 164 y 165 de la Constitución de la República establecen que es potestad del Presidente de la República decretar el estado de excepción en caso de grave conmoción interna o calamidad pública, observando los principios de necesidad, proporcionalidad, legalidad, temporalidad, territorialidad, y razonabilidad. Durante el estado de excepción se podrán suspender o limitar los derechos a la inviolabilidad de domicilio, inviolabilidad de correspondencia, libertad de tránsito, libertad de asociación y reunión, y libertad de información;

Que, el artículo 225 de la Norma Suprema prescribe que el sector público comprende: 1. Los organismos y dependencias de las funciones Ejecutiva, Legislativa, Judicial, Electoral y de Transparencia y Control Social, 2. Las entidades que integran el régimen autónomo descentralizado, 3. Los organismos y entidades creados por la Constitución o la ley para el ejercicio de la potestad estatal, para la prestación de servicios públicos o para desarrollar actividades económicas asumidas por el Estado, 4. Las personas jurídicas creadas por acto normativo de los gobiernos autónomos descentralizados para la prestación de servicios públicos;



Nº 1017

LENÍN MORENO GARCÉS
PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

Que el artículo 226 de la Constitución establece que las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución;

Que el artículo 361 de la Constitución dispone que el Estado ejercerá la rectoría del sistema a través de la autoridad sanitaria nacional, será responsable de formular la política nacional de salud, y normará, regulará y controlará todas las actividades relacionadas con la salud, así como el funcionamiento de las entidades del sector;

Que el artículo 389 de la Norma Suprema establece que el Estado protegerá a las personas, las colectividades y la naturaleza frente a los efectos negativos de los desastres de origen natural o antrópico mediante la prevención ante el riesgo, la mitigación de desastres y la recuperación y mejoramiento de las condiciones sociales, económicas y ambientales, con el objetivo de minimizar la condición de vulnerabilidad;

Que de conformidad con lo contenido en el artículo 390 de la Carta Fundamental los riesgos se gestionarán bajo el principio de descentralización subsidiaria, que implicará la responsabilidad directa de las instituciones dentro de su ámbito geográfico. Cuando sus capacidades para la gestión del riesgo sean insuficientes, las instancias de mayor ámbito territorial y mayor capacidad técnica y financiera brindarán el apoyo necesario con respeto a su autoridad en el territorio y sin relevarlos de su responsabilidad;

Que, el artículo 3 de la Ley Orgánica del Servicio Público determina que las disposiciones señaladas en la ley son de aplicación obligatoria, en materia de recursos humanos y remuneraciones, en toda la administración pública, que comprende: 1. Los organismos y dependencias de las funciones Ejecutiva, Legislativa, Judicial y Justicia Indígena, Electoral, Transparencia y Control Social, Procuraduría General del Estado y la Corte Constitucional; 2. Las entidades que integran el régimen autónomo descentralizado y regímenes especiales; 3. Los organismos y entidades creados por la Constitución o la ley para el ejercicio de la potestad estatal, para la prestación de servicios públicos o para desarrollar actividades económicas asumidas por el Estado; y, 4. Las personas jurídicas creadas por acto normativo de los gobiernos autónomos descentralizados y regímenes especiales para la prestación de servicios públicos;



Nº 1017

LENÍN MORENO GARCÉS

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

Que el artículo 11 de la Ley de Seguridad Pública y del Estado establece que los órganos ejecutores del Sistema de Seguridad Pública y del Estado estarán a cargo de las acciones de defensa, orden público, prevención y gestión de riesgos;

Que el artículo 28 de la Ley de Seguridad Pública y del Estado define a los estados de excepción como la respuesta a graves amenazas de origen natural o antrópico que afectan la seguridad y del Estado y corresponden a un régimen de legalidad en el cual no podrán cometerse arbitrariedades en el contexto de la declaración; estos se dictan por Decreto en caso de estricta necesidad cuando el orden institucional no es capaz de responder a las amenazas de seguridad de las personas y del Estado, deberán expresar la causa, motivación, ámbito territorial, duración y medidas, y deberán contener en forma clara y precisa las funciones y actividades que realizarán las instituciones públicas y privadas involucradas;

Que el artículo 32 ibídem establece que el estado de excepción se declarará en los casos detallados en la Constitución que corresponden a: agresión, conflicto armado internacional o interno, grave conmoción interna, calamidad pública o desastre natural;

Que el artículo 36 ibídem establece la facultad del Presidente de la República de que, decretado el Estado de Excepción, las actividades ordinarias del Estado pasen a actividades para atención de la crisis, conflicto o cualquier otra emergencia nacional; esto implicará la orden forzosa de prestar servicios individuales o colectivos, sean a nacionales y extranjeros, o personas naturales y jurídicas;

Que el artículo 37 del mencionado cuerpo legal determina que para el cumplimiento de la movilización en el Estado de Excepción, el Presidente de la República, podrá disponer mediante decreto la requisición de bienes y de prestación de servicios, en estricto cumplimiento de la Ley Seguridad Pública y del Estado, su Reglamento y el Reglamento de Requisición de Bienes;

Que el numeral 11 del artículo 6 de la Ley Orgánica de Salud es responsabilidad del Ministerio de Salud Pública determinar zonas de alerta sanitaria, identificar grupos poblacionales en grave riesgo y solicitar la declaratoria del estado de emergencia sanitaria, como consecuencia de epidemias, desastres u otros que pongan en grave riesgo la salud colectiva;

Que en atención al literal d del artículo 9 de la Ley Orgánica de Salud le corresponde al Estado garantizar el derecho a la salud de las personas, para lo cual tiene, entre otras, las



LENÍN MORENO GARCÉS

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

siguientes responsabilidades: “d) Adoptar las medidas necesarias para garantizar en caso de emergencia sanitaria, el acceso y disponibilidad de insumos y medicamentos necesarios para afrontarla, haciendo uso de los mecanismos previstos en los convenios y tratados internacionales y la legislación vigente”;

Que de conformidad con el artículo 259 ibídem la emergencia sanitaria se define como toda situación de riesgo de afección de la salud originada por desastres naturales o por acción de las personas, fenómenos climáticos, ausencia o precariedad de condiciones de saneamiento básico que favorecen el incremento de enfermedades transmisibles. Requiere la intervención especial del Estado con movilización de recursos humanos, financieros u otros, destinados a reducir el riesgo o mitigar el impacto en la salud de las poblaciones más vulnerables;

Que el numeral 31 del artículo 6 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública define las situaciones de emergencias como: “... aquellas generadas por acontecimientos graves tales como accidentes, terremotos, inundaciones, sequías, grave conmoción interna, inminente agresión externa, guerra internacional, catástrofes naturales, y otras que provengan de fuerza mayor o caso fortuito, a nivel nacional, sectorial o institucional. Una situación de emergencia es concreta, inmediata, imprevista, probada y objetiva.”;

Que el primer inciso del artículo 57 ibídem establece “Para atender las situaciones de emergencia definidas en el número 31 de artículo 6 de esta Ley, previamente a iniciarse el procedimiento, el Ministro de Estado o en general la máxima autoridad deberá emitir resolución motivada que declare la emergencia, para justificar la contratación. Dicha resolución se publicará en el Portal COMPRASPUBLICAS.”;

Que conforme lo dispuesto en el literal b del artículo 74 de la Ley Orgánica de Comunicación, es obligación de los medios audiovisuales transmitir en cadena nacional o local, para los casos de estado de excepción previstos en la Constitución de la República, los mensajes que dispongan la o el Presidente de la República o las autoridades designadas para tal fin;

Que, el artículo 26 del Reglamento General a la Ley Orgánica de Servicio Público faculta al Presidente de la República a suspender, mediante Decreto Ejecutivo, la jornada de trabajo en días que no son de descanso obligatorio;



Nº 1017

LENÍN MORENO GARCÉS

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

Que el capítulo II del Título V del Reglamento a la Ley de Seguridad Pública y del Estado detalla los componentes que deben contener todo acto de requisición que se ejecute en el contexto de un Estado de Excepción;

Que el artículo 18 del Reglamento de Requisición de Bienes describe el procedimiento a ejecutarse ante la necesidad de requisición de bienes y servicios en el contexto del Estado de Excepción;

Que el artículo 24 de la Reglamento a la Ley de Seguridad Pública y del Estado determina que los Comités de Operaciones de Emergencia son: “instancias interinstitucionales responsables en su territorio de coordinar las acciones tendientes a la reducción de riesgos, y a la respuesta y recuperación en situaciones de emergencias y desastres. Los Comités de Operaciones de Emergencias (COE), operarán bajo el principio de descentralización subsidiaria, que implica la responsabilidad directa de las instituciones dentro de su ámbito geográfico, como lo establece el artículo 390 de la Constitución de la República. Existirán Comités de Operaciones de Emergencia Nacionales, provinciales y cantonales para los cuales la Secretaría Nacional Técnica de Riesgos normarán sus conformación y funcionamiento.”;

Que mediante Decreto Ejecutivo Nro. 534 de fecha 03 de octubre de 2018 se transformó la Secretaría de Gestión de Riesgos en el Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias;

Que la Resolución No. SGR-142-2017 de la Secretaría de Gestión de Riesgos emite el Manual del Comité de Operaciones de Emergencias-COE de la Secretaría de Gestión de Riesgos;

Que el punto 3.1 del Manual del Comité de Operaciones de Emergencias-COE contenido en la Resolución No. SGR-142-2017 define a la emergencia como “Un evento que pone en peligro a las personas, los bienes o a la continuidad de los servicios en una comunidad y que requiere una respuesta inmediata y eficaz a través de las entidades locales;

Que el punto 3.2 del Manual del Comité de Operaciones de Emergencias-COE contenido en la Resolución No. SGR-142-2017 establece la calificación de eventos o situaciones peligrosas de conformidad con el índice de calificación del grado de afectación o de posible afectación en el territorio, la población, los sistemas y estructuras, así como la capacidad de las instituciones para la respuesta humanitaria a la población afectada;

5

LENÍN MORENO GARCÉS

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

Que el punto 3.4.3 del Manual del Comité de Operaciones de Emergencias-COE contenido en la Resolución No. SGR-142-2017 determina que “El titular de la Secretaría de Gestión de Riesgos, tiene la competencia exclusiva de declarar los diferentes estados de alerta de las distintas amenazas (de origen natural o antrópico/antropogénico), en cualquier ámbito territorial, en base a la información proporcionada por las instituciones técnico-científicas nacionales o internacionales, o por las entidades responsables del monitoreo y de acuerdo a la amenaza, debidamente autorizadas por la SGR. La declaratoria del estado de alerta tiene un carácter oficio y debe disponer de los canales de difusión necesarios que permitan la rapidez, claridad, oportunidad y coherencia, para el conocimiento de la población, estructuras gubernamentales, instituciones y organizaciones.”, y;

Que mediante Suplemento del Registro Oficial Nro. 160 de fecha 12 de marzo de 2020 se publicó el Acuerdo Nro. 00126-2020 mediante el cual se declara el estado de emergencia sanitaria en todos los establecimientos del Sistema Nacional de Salud, en los servicios de laboratorio, unidades de epidemiología y control, ambulancias aéreas, servicios de médicos y paramédicos, hospitalización y consulta externa por la inminente posibilidad del efecto provocado por el coronavirus COVID-19, y prevenir un posible contagio masivo en la población;

Que el mencionado Acuerdo estableció las siguientes medidas necesarias: “**Art. 1.-** Declarar el Estado de Emergencia Sanitaria en todos los establecimientos del Sistema Nacional de Salud, en los servicios de laboratorio, unidades de epidemiología y control, ambulancias aéreas, servicios de médicos y paramédicos, hospitalización y consulta externa por la inminente posibilidad del efecto provocado por el coronavirus COVID-19, y prevenir un posible contagio masivo en la población. **Art. 2.-** Disponer que los establecimientos de salud pertenecientes a la Red Pública Integral de Salud, durante la vigencia de la presente declaratoria, procedan a priorizar los recursos económicos, de talento humano; y, demás medidas que se estimen necesarias para afrontar la presente declaratoria de emergencia. **Art. 3.-** Convocar a los máximos representantes de las instituciones que forman parte de la Red Pública Integral de Salud y de la Red Privada Complementaria, a conformar la mesa de técnica de respuesta frente al COVID-19, presidida por el Viceministro de Gobernanza y Vigilancia de la Salud. **Art. 4.-** Disponer que la Red Pública Integral de Salud, la Red Privada Complementaria y demás establecimientos de salud privados, notifiquen inmediatamente a la Autoridad Sanitaria Nacional, sobre pacientes que presenten síntomas o afecciones y que hayan recibido atención médica relacionada con el COVID-19, a través del sistema informático disponible

LENÍN MORENO GARCÉS

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

para el efecto. **Art. 5.-** Disponer que los prestadores de salud, tanto de la Red Pública Integral de Salud, la Red Privada Complementaria y demás establecimientos de salud privados, garanticen la oportuna y eficaz atención médica y la disponibilidad de los recursos para el diagnóstico y tratamiento integral de los usuarios o pacientes relacionados con el COVID-19. **Art. 6.-** La Red Pública Integral de Salud contratará de manera directa o a través de invitaciones, las obras, bienes fungibles y no fungibles, o servicios que se requieran de manera estricta para superar esta situación de emergencia, de conformidad a lo establecido en el artículo 57 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública. **Art. 7.-** La Autoridad Sanitaria Nacional, en concordancia con las definiciones sanitarias de cada país, avaladas por la Organización Mundial de la Salud/Organización Panamericana de la Salud, informará a la Autoridad de Control Migratorio sobre las medidas preventivas frente al COVID-19 que debe tomar en consideración respecto de ciudadanos que ingresen y salgan del territorio ecuatoriano, para proceder de conformidad con una situación de alerta sanitaria internacional. **Art. 8.-** La Autoridad Sanitaria Nacional expedirá, en forma periódica, los lineamientos sanitarios y medidas de prevención de contagio del COVID-19 para eventos de afluencia masiva a fin de que las autoridades competentes procedan con las debidas regulaciones y controles de estos. **Art. 9.-** La Autoridad Sanitaria Nacional en su calidad de autoridad competente en materia de Salud Pública y manejo clínico de los pacientes actualizará y emitirá los protocolos, normas técnicas y demás instrumentos aplicables para la atención de la presente emergencia. **Art. 10.-** La Autoridad Sanitaria Nacional reitera la necesidad de prohibición de exportación de los dispositivos médicos de protección individual con la finalidad de garantizar el abastecimiento de los mismos en el Sistema Nacional de Salud. **Art. 11.-** Se dispone a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) actualice las regulaciones referentes a la producción nacional de medicamentos y dispositivos médicos necesarios para la atención de la emergencia y que, a su vez, priorice la atención a los procesos de regulación en curso. **Art. 12.-** Una vez superado el Estado de Emergencia Sanitaria declarado con el presente instrumento, se procederá a publicar en el Portal Electrónico del Servicio Nacional de Contratación Pública, un informe que detalle las contrataciones realizadas y el presupuesto empleado en la misma, con indicación de los resultados obtenidos. **Art. 13.-** La presente Declaratoria de Emergencia, tendrá una duración de sesenta (60) días, pudiendo extenderse en caso de ser necesario. **DISPOSICIONES GENERALES PRIMERA:** La Autoridad Sanitaria Nacional emitirá las directrices de prevención y cuidado frente al COVID-19 en los ámbitos de educación, educación superior, inclusión económica y social, turismo, producción, trabajo, telecomunicaciones, transporte, economía y finanzas, y otros que ameriten, a fin de que las autoridades correspondientes adopten las medidas necesarias.



LENÍN MORENO GARCÉS

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

***SEGUNDA:** Mediante el presente instrumento se activa la mesa de trabajo 2 de Comité de Operaciones de Emergencia a nivel nacional, la cual coordinará con los Gobiernos Autónomos Descentralizados las directrices para la aplicación del presente Acuerdo Ministerial. **TERCERA:** La Autoridad Sanitaria Nacional remitirá de manera semanal a la Presidencia de la República, el estado de situación de la emergencia declarada con ocasión del COVID-19. **CUARTA:** Se prohíbe expresamente a todas las empresas de seguros de salud privada y a empresas de medicina pre-pagada que limiten la cobertura para la adecuada evaluación, atención y tratamiento al usuario-paciente afectado por el COVID-19. **QUINTA:** Como adopción de medidas de prevención en el COVID-19, se promoverá el uso de mecanismos como el teletrabajo, teleducación, entre otros, con el objetivo de evitar la propagación del virus.”;*

Que mediante Acuerdo Interministerial Nro. 0000001 de fecha 12 de marzo de 2020, el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana y el Ministerio de Gobierno acordaron disponer la medida de Aislamiento Preventivo Obligatorio (APO), por un período ininterrumpido de catorce (14) días, a todo viajero nacional o extranjero que ingrese al territorio nacional y provenga de los siguientes países: República Popular China (provincias de Hubei y Guandong), Reino de España, República de Francia, República Islámica de Irán, República de Alemania, República de Corea del Sur y República de Italia;

Que mediante Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-076 de fecha 12 de marzo de 2020, el Ministerio de Trabajo acordó las Directrices para la aplicación de teletrabajo emergente durante la declaratoria de emergencia sanitaria;

Que a fecha 12 de marzo de 2020, el Ministerio de Educación suspendió las clases a nivel nacional con ocasión de la declaratoria de emergencia sanitaria;

Que mediante Acuerdo Ministerial Nro.0000002 de fecha 13 de marzo, el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana y el Ministerio de Gobierno acordaron disponer que en el listado emitido por el Acuerdo Interministerial Nro. 0000001 de fecha 12 de marzo de 2020, los siguientes países: Dinamarca, Estados Unidos de América (estados de Massachusetts, California, Nueva York y Washington), Noruega, Países Bajos, Suecia y Suiza;

Que mediante Acuerdo Ministerial Nro.0000003 de fecha 14 de marzo de 2020, el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana y el Ministerio de Gobierno acuerda: Primero: Disponer la suspensión total, desde las 00h00 del martes 17 de marzo de

**LENÍN MORENO GARCÉS****PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA**

2020 hasta las 24h00 del domingo 5 de abril de 2020, de todos los vuelos de compañías de aviación que transporten pasajeros desde destinos internacionales hacia el Ecuador; Segundo: Los viajes extranjeros solo podrán ingresar al territorio del Ecuador hasta las 24h00 del domingo 15 de marzo de 2020; Tercero: A partir de esta fecha, todos los viajeros, ecuatorianos o extranjeros, que ingresen al Ecuador provenientes de cualquier país por vía aérea, marítima, fluvial o terrestre, deberán cumplir el período de Aislamiento Preventivo Obligatorio (APO) y seguir las directrices pertinentes que constan en el Acuerdo Interministerial Nro.00001, de 12 de marzo de 2020, adoptado por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana y el Ministerio de Gobierno; Cuarto: Los ciudadanos extranjeros que decidan viajar fuera del Ecuador podrán seguir haciéndolo libremente, pero solo reingresarán al Ecuador con posterioridad a la terminación del lapso establecido en el Artículo Primero de este Acuerdo Interministerial y siguiente las determinaciones normativas vigentes a la fecha de su retorno; Quinto: Disponer, a partir de las 00h00 del domingo 15 de marzo de 2020, la total prohibición de desembarco en puertos ecuatorianos de pasajeros lleguen a bordo de buques turísticos de crucero; Sexto: Disponer que, desde las 00h00 del martes 17 de marzo de 2020, todo viajero que desee ingresar al Ecuador por vía terrestre, fluvial o marítima se someta al Aislamiento Preventivo Obligatorio (APO) establecido mediante el Acuerdo Interministerial Nro.00001, de 12 de marzo de 2020, adoptado por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana y el Ministerio de Gobierno; Séptimo: Podrán ingresar y salir del Ecuador, luego del 16 de marzo de 2020, respetando los protocolos y otras normas aplicables que dicten las autoridades nacionales, las tripulaciones de aeronaves que transporten pasajeros o carga, de conformidad con las disposiciones de este Acuerdo Interministerial; Octavo: La suspensión total de vuelos de compañías de aviación prescrita en el Artículo Primero no incluye a aquellos vuelos que únicamente transporten bienes, mercaderías, correspondencia y envíos postales, o insumos y ayuda humanitaria y sanitaria;

Que mediante acta de sesión del Comité de Operaciones de Emergencias Nacional de fecha 14 de marzo de 2020, se resolvió tomar las siguientes medidas para evitar el contagio masivo de coronavirus en Ecuador: 1. A partir del domingo 15 de marzo, desde las 23:59, se suspende la entrada al país de las personas de nacionalidad extranjera que arriben al Ecuador por vía aérea, marítima o terrestre. Asimismo, los ciudadanos ecuatorianos que se encuentren en el exterior podrán retornar e ingresar al país solo hasta 23:59 del lunes 16 de marzo del año en curso. 2. Se restringe el ingreso a las Islas Galápagos. 3. Se cierran, en su mayoría, los pasos fronterizos terrestres. Sólo estarán habilitados los siguientes puntos: al norte, Rumichaca, San Miguel, Puerto El Carmen; y al sur, Huaquillas, Macará y Zapotillo. 4. Con ocasión del incumplimiento de la recomendación de evitar aglomeraciones, se

Nº 1017

LENÍN MORENO GARCÉS

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

suspenden todos los eventos masivos, incluyendo los relacionados a la Semana Santa y ceremonias religiosas. De igual manera, se restringe de forma inmediata el funcionamiento de cines, gimnasios, teatros, conciertos, funciones de circo, reuniones y similares. Queda prohibido todo espectáculo público cuyo aforo supere las 30 personas. 5. Se prohíben las visitas a centros gerontológicos a escala nacional, como medida de protección para la población adulta mayor que es la más vulnerable al contagio del COVID-19. 6. Se aplicarán protocolos especiales para visitas y otras actividades en los centros de rehabilitación social. 7. A fin de garantizar la prestación de atención médica, se determinó que cualquier persona que niegue, limite u obstaculice este servicio será sancionada de acuerdo a lo dispuesto en el Código Orgánico Integral Penal. 8. En cuanto al protocolo para el manejo de cadáveres de personas que portaron la enfermedad, se establece la obligatoriedad de cremar los cuerpos. 8. Los exámenes de detección del virus también se podrán realizar en la sede de Quito del Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública (Inspi) a partir del domingo 15 de marzo de 2020. 9. Se ha dispuesto que las personas afectadas por el coronavirus o que han perdido algún familiar por esta enfermedad, reciban soporte psicológico de profesionales del ramo. 10. Se ha dispuesto que los buses de transporte público sean desinfectados cada tres horas, con la colaboración de los Gobiernos Autónomos Descentralizados. 11. A partir del 16 de marzo de 2020, el Ministerio de Telecomunicaciones podrá en funcionamiento una aplicación para que los ciudadanos registren y controlen su estado de salud;

Que la doctrina ha definido a la calamidad pública como “toda desgracia o infortunio que alcanza o afecta a muchas personas y, además, debe tener la calidad de catástrofe; esto es, de sucesos infaustos que alteran gravemente el orden regular y normal en el cual se desenvuelven las actividades tanto públicas como privadas del país. Las manifestaciones de calamidad pública pueden revestir formas muy variadas, tales como, entre otras: (...) 7. Epidemia; enfermedad que por alguna temporada aflige a un pueblo o región, acometiendo simultáneamente a un gran número de personas. (...) Las causales de calamidad pública pueden tener por consiguiente origen en las más variadas causas. Puede existir calamidad pública cuando por efectos de acciones humanas, de la naturaleza o de desequilibrios económicos o ecológicos, se producen graves daños a la economía nacional o daños significativos a personas...”¹;

Que la jurisprudencia ha definido a la calamidad pública como: “(...) un evento o episodio traumático, derivado de causas naturales o técnicas, que altera gravemente el orden”

¹ MARTÍNEZ VIVANCO, Ángela, Curso de Derecho Constitucional, Ediciones Universidad Católica de Chile, Santiago 2014

LENÍN MORENO GARCÉS

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

económico, social o ecológico, y ocurre de manera imprevista y sobreviniente. (...) los acontecimientos no solo deben tener una entidad propia de **alcances e intensidad traumáticas**, que logren conmocionar o **trastocar el orden económico, social, ecológico**, lo cual caracteriza su **gravedad**, sino que, además, deben constituir una **ocurrencia imprevista**, y por ello diferentes a los que se producen regular y cotidianamente, esto es, **sobrevinientes** a las situaciones que normalmente se presentan en el discurrir de la actividad de la sociedad, en sus diferentes manifestaciones y a las cuales debe dar respuesta el Estado mediante la utilización de sus competencias normales².”;

Que del análisis de la situación actual descrita en los considerandos anteriores, y como ha sido puesto en conocimiento de toda la ciudadanía, la presencia de casos confirmados de coronavirus en Ecuador se debe a la existencia de casos “importados” de otros países en los cuales ya se había propagado el virus, y que la interacción de personas en actividades habituales ha sido el canal de contagio en el territorio ecuatoriano;

Que de conformidad con información de conocimiento público puesta a disposición de la ciudadanía por la Organización Mundial de la Salud en su página web, el contagio del COVID-19 se han intensificado en países en los cuales no se han adoptado medidas de distanciamiento social temporales;

Que las consecuencias inmediatas de la presencia de la enfermedad en el territorio ecuatoriano se han hecho presentes no sólo en la salud de los pacientes confirmados con coronavirus sino en varios ámbitos de la sociedad como son la educación, el trabajo, el transporte público, entre otros, afectando el libre desarrollo de los mismos;

Que la situación antes descrita ha demandado la necesidad de tomar medidas orientadas a prevenir un posible contagio masivo derivado del desarrollo de actividades habituales en la sociedad, toda vez que el contacto interpersonal es el principal factor conductor del COVID-19 de persona a persona;

Que en virtud de la declaratoria de pandemia realizada por la Organización Mundial de la Salud, es de público conocimiento que el coronavirus en la actualidad ha afectado a más de 250.000 personas e irá escalando a niveles graves de vulneración de derechos especialmente el derecho a la salud y la convivencia pacífica entre ciudadanos;

² Corte Constitucional de Colombia, Sentencia C-466 de 2017



LENÍN MORENO GARCÉS

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

Que ha sido de conocimiento público mediante la difusión en medios de comunicación, que la ciudadanía no ha acatado de modo voluntario las medidas de prevención dispuesta el 14 de marzo de 2020 por el Comité Nacional de Operaciones de Emergencia, dichas medidas corresponden a restricción de circulación, evitar aglomeraciones y evitar confluencia a lugares públicos. Como muestra de dicha inobservancia se destacan los siguientes incidentes: Desplazamiento masivo a Colombia para realizar compras con ocasión de la devaluación del peso, registrado el 15 de marzo de 2020³; evacuación de turistas en playas de Manta y Crucita con ocasión de la presencia del coronavirus en Ecuador, registrado el 15 de marzo de 2020⁴; clausura de fiesta "Coronavirus Party" en Machala que correspondió a una fiesta clandestina⁵; y, operativo para detención de cuatro ciudadanos ecuatorianos en Argentina por no someterse a medidas obligatorias de control sanitario al presentar síntomas respiratorios, uno de los ciudadanos tuvo contacto con paciente fallecido por coronavirus en Ecuador⁶;

Que mediante cadena nacional de fecha 16 de marzo de 2020, el Presidente de la República, anunció las siguientes medidas de prevención ante la presencia y posible contagio del coronavirus en Ecuador que regirán a partir del martes 17 de marzo desde las 06h00: 1) Restricción de circulación peatonal y vehicular en las vías pública, cuya única excepción es para desarrollar las siguientes actividades: a) Adquirir alimentos, artículos de primera necesidad y productos farmacéuticos; b) Asistir a centros de salud; c) Llegar al lugar de trabajo y volver a su domicilio; d) Trasladarse para cuidar a adultos mayores, personas con discapacidad o enfermedades graves; e) Trasladarse para atender situaciones de fuerza mayor o de emergencia comprobadas; y, f) Abastecerse de combustible en las gasolineras. 2) Suspensión de actividades comerciales de establecimientos que concentren más de 30 personas con excepción de aquellos que desarrollen las siguientes actividades: a) Expendan artículos de primera necesidad, farmacéuticos, médicos, ortopédicos y similares; b) Brinden servicios financieros; y, c) Vendan alimentos para mascotas y equipos de telecomunicaciones. 3) Suspensión de la actividad de restaurantes y cafeterías en modalidad de servicio en el local, mientras que se mantiene autorizada el servicio a domicilio. 4) Restringir el servicio de alimentación de hoteles, pensiones y albergues, exclusivamente para la atención a sus huéspedes. 5) Restricción del tiempo de permanencia en los

³ <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/03/15/nota/7783113/viajeros-ecuatorianos-pugnan-ingresar-colombia-plan-compras>

⁴ <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/03/15/nota/7783161/coronavirus-ecuador-turistas-se-les-pidio-evacuar-playas-manta>

⁵ <https://www.expreso.ec/actualidad/coronavirus-fieta-party-ecuador-machala-6973.html>

⁶ <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuatorianos-retenidos-sintomas-covid19-argentina.html>

Nº 1017

LENÍN MORENO GARCÉS

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

establecimientos comerciales, únicamente al tiempo necesario para adquirir los alimentos o productos detalles en los numerales anteriores. 6) Prohibición de consumo de alimentos y productos dentro de los establecimientos autorizados para funcionar. 7) Disposición de evitar aglomeraciones en los establecimientos autorizados para funcionar y de mantenimiento de distancia de al menos un metro entre clientes y entre empleados, a fin de evitar posibles contagios. 8) Disposición de realizar la prueba para la detección del coronavirus de forma gratuita para personas con síntomas y para las personas que se encuentren dentro del círculo epidemiológico de un caso positivo. El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social realizará las pruebas que sean necesarias en sus afiliados. Las personas adultas mayores tendrán atención prioritaria en la ejecución de esta disposición. 9) Autorización para que laboratorios privados realicen las pruebas de detección a las personas que voluntariamente deseen realizárselas. 10) A fin de evitar abusos en los precios, se dispone la realización de controles permanentes y pertinentes para el efecto. 11) Disposición de apertura de señal *premium* a todos los suscriptores del servicio de televisión de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, así como la duplicación de velocidad en internet fijo y aumento del 50% de los gigabytes en servicios de telefonía, de la misma empresa. 12) Mantenimiento de suspensión de clases a nivel nacional y disposición de desarrollo de plataforma para teleeducación. 13) Disposición de implementación de modalidad de teletrabajo de manera progresiva, conforme las directrices de la Autoridad Nacional de Trabajo. Así mismo, se deberán establecer acuerdos sobre jornadas y modalidades de trabajo, para mantener la estabilidad laboral. 14) Disposición de no realizar cortes de ningún servicio residencial por falta de pago. 15) Disposición de diferimiento para el pago de impuestos de los meses de abril, mayo y junio. 16) Eliminación de aranceles de productos médicos necesarios para atender la emergencia;

Que en razón de todo lo expuesto, el Estado ecuatoriano se encuentra atravesando una calamidad pública ante la presencia imprevista del coronavirus en el país, misma que ha afectado aspectos económicos y sociales del pueblo ecuatoriano y que debido a su causa de origen y su alcance difícil de determinar, no puede ser abordada con las medidas regulares y ordinarias existentes en el Ecuador y que demanda disposiciones legales que aseguren el cumplimiento de las restricciones necesarias para evitar un contagio masivo del COVID-19; y,

En ejercicio de las facultades que le confieren los artículos 164, 165 y 166 de la Constitución de la República, y 29, 36 y siguientes de la Ley de Seguridad Pública y del Estado,

13



Nº 1017

LENÍN MORENO GARCÉS

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

DECRETA:

Artículo 1.- DECLÁRESE el estado de excepción por calamidad pública en todo el territorio nacional, por los casos de coronavirus confirmados y la declaratoria de pandemia de COVID-19 por parte de la Organización Mundial de la Salud, que representan un alto riesgo de contagio para toda la ciudadanía y generan afectación a los derechos a la salud y convivencia pacífica del Estado, a fin de controlar la situación de emergencia sanitaria para garantizar los derechos de las personas ante la inminente presencia del virus COVID-19 en Ecuador.

Artículo 2.- DISPONER LA MOVILIZACIÓN en todo el territorio nacional, de tal manera que todas las entidades de la Administración Pública Central e Institucional, en especial la Policía Nacional, las Fuerzas Armadas, el Ministerio de Salud Pública y el Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias coordinen esfuerzos en el marco de sus competencias con la finalidad de ejecutar las acciones necesarias para mitigar los efectos del coronavirus en todo el territorio nacional y el acceso efectivo a los derechos de las personas. De la movilización de las Fuerzas Armadas, reafirmese que su participación en el restablecimiento del orden público es complementaria a las acciones de la Policía Nacional en cumplimiento del marco legislativo vigente en materia de Seguridad Pública y del Estado y que su participación específica estará relacionada con la colaboración en el control de las limitaciones de derechos dispuestas.

Artículo 3.- SUSPENDER el ejercicio del derecho a la libertad de tránsito y el derecho a la libertad de asociación y reunión. El Comité de Operaciones de Emergencias Nacional dispondrá los horarios y mecanismos de restricción a cada uno de estos derechos y los comités de operaciones de emergencias del nivel desconcentrado correspondiente se activarán y coordinarán con las instituciones pertinentes los medios idóneos de ejecución de estas suspensiones.

Artículo 4.- DETERMINAR que el alcance de la limitación del ejercicio del derecho a la libertad de tránsito se realizará únicamente con la finalidad específica de mantener una cuarentena comunitaria obligatoria en las áreas de alerta sanitaria determinadas por la Autoridad Nacional de Salud para contener el contagio de la enfermedad, cuando ya existan casos confirmados en dicha área, y en todo el territorio nacional, para prevenir la generación de nuevos contagios en el desarrollo de actividades habituales. En este contexto, la Policía Nacional y las Fuerzas Armadas, de forma complementaria, vigilarán el cumplimiento de esta limitación, cuya inobservancia conllevará la presunción del

14

LENÍN MORENO GARCÉS

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

incumplimiento de decisión legítima de autoridad competente y se procederá conforme la ley, poniendo este particular en conocimiento de las autoridades judiciales respectivas. Los gobiernos autónomos descentralizados municipales colaborarán con sus agentes de control metropolitano y municipales en la vigilancia del cumplimiento de esta disposición.

Artículo 5.- En virtud de lo expuesto, DECLÁRESE toque de queda: no se podrá circular en las vías y espacios públicos a nivel nacional a partir del día 17 de marzo de 2020, en los términos que disponga el Comité de Operaciones de Emergencias Nacional.

RESTRÍNJASE la libertad de tránsito y movilidad a nivel nacional, exceptuándose de esta restricción a las siguientes personas y actividades:

- 1) Personas y servidores que deban prestar un servicio público o un servicio privado de provisión de los servicios básicos, de salud, seguridad, bomberos, aeropuertos, terminales aéreos, terrestres, marítimos, fluviales, bancarios, provisión de víveres y otros servicios necesarios, en especial, los que ayuden a combatir la propagación del COVID-19, con el estricto propósito de garantizar su accesibilidad, regularidad y continuidad en el marco de sus competencias legales y constitucionales;
- 2) Miembros de la Policía Nacional y Fuerzas Armadas;
- 3) Comunicadores sociales acreditados;
- 4) Miembros de misiones diplomáticas acreditadas en el país;
- 5) Personal médico, sanitario o de socorro, así como el transporte público administrado por las entidades estatales, sectores estratégicos, transporte de las entidades del sector salud, riesgos, emergencia y similares, seguridad y transporte policial y militar;
- 6) Personas que por razones de salud deban trasladarse a un centro médico;
- 7) Personas que circulen para abastecerse de víveres, medicamentos y combustibles. Las personas que circulen para abastecerse de víveres, medicamentos y combustibles deberán respetar la siguiente restricción vehicular: a) Vehículos particulares cuya placa termine en número par y cero no podrán circular para este fin los días: lunes, miércoles, viernes y domingo; y b) Vehículos particulares cuya placa termine en número impar no podrán circular para este fin los días: martes, jueves y sábado. El incumplimiento de esta restricción será sancionado de conformidad con la normativa legal vigente; y,
- 8) Demás sujetos y vehículos que determine el Ministerio de Gobierno en coordinación con el Ministerio de Salud Pública y el Comité de Operaciones de Emergencias Nacional.



LENÍN MORENO GARCÉS

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

Artículo 6.- Respecto del desarrollo de la jornada laboral, se dispone lo siguiente:

a) Se SUSPENDE la jornada presencial de trabajo comprendida entre el 17 al 24 de marzo de 2020, para todos los trabajadores y empleados del sector público y del sector privado. El Comité de Operaciones de Emergencias Nacional, una vez evaluado el estado de la situación, podrá prorrogar los días de suspensión de la jornada presencial de trabajo. Para el efecto, los servidores públicos y empleados en general que su actividad lo permita, se acogerán al teletrabajo en todo el territorio nacional conforme el Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-076, de 12 de marzo de 2020, para lo cual las máximas autoridades institucionales organizarán las correspondientes acciones con el fin de implementar la modalidad señalada en el presente artículo.

b) Durante el lapso de suspensión de la jornada presencial de trabajo se deberá garantizar la provisión de los servicios públicos básicos, de salud, seguridad, bomberos, riesgos, aeropuertos, terminales aéreas, terrestres, marítimos, fluviales, bancarios, provisión de víveres, sectores estratégicos y otros servicios necesarios, en especial, los que ayuden a combatir la propagación del COVID-19. Para el efecto, estos servicios podrán mantener la jornada laboral presencial.

c) Seguirán funcionando las industrias, cadenas y actividades comerciales de las áreas de la alimentación, la salud, los encargados de servicios básicos, toda la cadena de exportaciones, industria agrícola, ganadera y de cuidado de animales. Los supermercados, tiendas, bodegas y centros de almacenamiento y expendio de víveres y medicinas no suspenderán sus servicios. Tampoco se suspenderán los servicios de plataformas digitales de entregas a domicilio y otros medios relacionados a servicios de telecomunicaciones.

Artículo 7.- De conformidad con el artículo 226 de la Constitución y los principios rectores de la Función Judicial, todas las Funciones del Estado principalmente la Función Judicial, mantendrán la respectiva COORDINACIÓN interinstitucional durante la vigencia del estado de excepción para contribuir al mantenimiento del orden público y una convivencia pacífica, mediante la aplicación de las sanciones contenidas en la Ley, de ser el caso.

Artículo 8.- EMÍTASE por parte de todas las Funciones del Estado y otros organismos establecidos en la Constitución de la República del Ecuador, las resoluciones que se consideren necesarias para que proceda a la suspensión de términos y plazos a las que haya lugar, en procesos judiciales y administrativos; y, de igual forma, en procesos alternativos



LENÍN MORENO GARCÉS
PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

de solución de conflictos; a fin de precautar la salud pública, el orden y la seguridad, en el marco de las garantías del debido proceso, ante la presente calamidad pública.

Artículo 9.- DETERMINAR que el alcance de la limitación del ejercicio del derecho a la libertad de asociación y reunión se realizará sobre aquellos grupos poblacionales en alto riesgo determinados por la Autoridad Nacional de Salud que se encuentren dentro del cerco epidemiológico. Sobre la ciudadanía en general, que deberá permanecer en cuarentena comunitaria obligatoria en los términos que disponga el Comité de Operaciones de Emergencias Nacional, y respecto de todos eventos de afluencia y congregación masiva.

Artículo 10.- DISPONER las requisiciones a las que haya lugar para mantener los servicios que garanticen la salud pública, el orden y la seguridad en toda el área de extensión del territorio nacional. Las requisiciones se harán en casos de extrema necesidad y en estricto cumplimiento del ordenamiento jurídico aplicable para esta situación, observando de manera imperiosa los criterios de responsabilidad de la requisición, formalidades y documentación requerida y demás consideraciones sobre la materia contenidas en los reglamentos respectivos.

Artículo 11.- Para el cumplimiento de las restricciones del presente Decreto se podrán utilizar plataformas satelitales y de telefonía móvil para monitorear la ubicación de personas en estado de cuarentena sanitaria y/o aislamiento obligatorio, que incumplan las restricciones dispuestas, a fin de ponerlas a disposición de las autoridades judiciales y administrativas competentes.

Artículo 12.- El Ministerio de Economía y Finanzas proveerá los recursos suficientes para atender la situación de excepción.

Artículo 13.- El estado de excepción regirá durante sesenta días a partir de la suscripción de este Decreto Ejecutivo.

Artículo 14.- Notifíquese de esta declaratoria de estado de excepción a la Asamblea Nacional, la Corte Constitucional y a los organismos internacionales correspondientes.

Artículo 15.- Notifíquese de la suspensión del ejercicio del derecho libertad de tránsito y libertad de asociación y reunión, a la población ecuatoriana a través de los medios de comunicación mediante cadena nacional, tres veces al día durante la vigencia del presente Decreto.



Nº 1017

LENÍN MORENO GARCÉS
PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

Artículo 16.- Disponer al Ministerio de Salud Pública y al Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias informen a la Presidencia de la República, de modo permanente, la atención y evolución de la emergencia en el Ecuador, en el contexto del estado de excepción declarado mediante el presente Decreto Ejecutivo.

Artículo 17.- De la ejecución del presente Decreto Ejecutivo que entrará en vigencia desde la fecha de su expedición, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial, encárguense al Ministerio de Salud Pública, al Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias, Secretaría General de Comunicación, Ministerio de Gobierno, Ministerio de Defensa Nacional, Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana y al Ministerio de Economía y Finanzas.

Dado en el Palacio Nacional, en Quito, a 16 de marzo de 2020.

Lenín Moreno Garcés
PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA



Anexo 2. Preguntas de investigación y objetivos

Preguntas de Investigación

- ¿Durante la pandemia los compradores prefieren marcas más económicas en productos de la línea de cuidado personal?
- ¿Los compradores cambiaron la preferencia en las presentaciones de los productos de cuidado personal?
- ¿Las tiendas de barrio incrementaron las ventas a raíz de las restricciones del estado de excepción?

Objetivo general

Evaluar los cambios en la preferencia de compra en la línea de productos de cuidado personal en la población de diferentes cantones del Ecuador, a partir de la declaratoria de estado de excepción generada por la pandemia del COVID-2019.

Objetivos específicos

- Identificar la variación en ventas en las diferentes marcas de la línea de cuidado personal, antes y durante la declaratoria de estado de excepción en Ecuador en el marco de la pandemia por COVID– 19.
- Identificar la variación en ventas en las diferentes presentaciones de productos de la línea de cuidado personal, antes y durante la declaratoria de estado de excepción en Ecuador en el marco de la pandemia por COVID– 19.
- Analizar la relación entre las variables ventas y tipo de tienda durante el estado de excepción para la línea de productos de cuidado personal.